

CAMERA DEI DEPUTATI N. 848

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

LULLI, CIRO ALFANO, ANGELI, BELLANOVA, BIMBI, BRANCHER, BRANDOLINI, BRUSCO, BUCCHINO, BURCHIELLARO, CARLUCCI, CASTAGNETTI, CASTELLANI, CECCUZZI, GIULIO CONTI, CORDONI, CRISCI, D'ANTONA, DE BRASI, FABBRI, FERRIGNO, FILIPPESCHI, FLUVI, FRANCI, FRONER, GIUDITTA, GIULIETTI, GRASSI, GRILLINI, LARATTA, LISI, LUCHESE, LUMIA, MARAN, MARIANI, MARTELLA, MAZZARACCHIO, MAZZONI, MOTTA, NANNICINI, NICCHI, OLIVERIO, OTTONE, PEDRINI, ROCCO PIGNATARO, PINOTTI, RANIERI, RAZZI, RIGONI, ROSSI GASPARRINI, RUGGERI, RUGGHIA, SQUEGLIA, TOMASELLI, VELO, VENTURA, VICO, VILLARI, VIOLANTE, ZACCHERA, ZANELLA, ZANOTTI, ZUNINO

Norme per la riconoscibilità e la tutela dei prodotti italiani

Presentata il 22 maggio 2006

ONOREVOLI COLLEGHI! — Nel corso della XIV legislatura il Parlamento ha discusso in modo approfondito il delicato e rilevante tema della riconoscibilità e della tutela dei prodotti italiani, pervenendo ad un testo largamente condiviso che tuttavia non è stato approvato in via definitiva. La presente proposta di legge ripropone quel testo, che si poneva l'obiettivo di tutelare

sia la grande industria del *design* italiano, sia le piccole e medie imprese del « *made in Italy* » che producono in Italia, a fronte del crescente afflusso di prodotti a basso prezzo provenienti dall'estero.

Il testo in questione prendeva atto della valutazione della Commissione europea, espressa nel parere circostanziato emesso il 24 ottobre 2005 ai sensi della direttiva

98/34/CE sulla procedura d'informazione nel settore delle regolamentazioni tecniche, secondo cui un marchio nazionale che attesti la localizzazione sul territorio italiano di tutti i processi di fabbricazione di un prodotto non è compatibile con il principio di libera circolazione delle merci nel mercato interno. In particolare, tale previsione è in contrasto con l'articolo 28 del Trattato istitutivo della Comunità europea e con gli articoli 22-26 del codice doganale comunitario, di cui al regolamento (CEE) n. 2913/92 del 12 ottobre 1992, che identificano il Paese d'origine come quel « Paese in cui è avvenuta l'ultima trasformazione o lavorazione sostanziale, economicamente giustificata ed effettuata in un'impresa attrezzata a tale scopo, che si sia conclusa con la fabbricazione di un prodotto nuovo od abbia rappresentato una fase importante del processo di fabbricazione ».

Inoltre, la legge 24 dicembre 2003, n. 350 (legge finanziaria 2004) prevede, all'articolo 4, comma 61, la possibilità di disporre una « regolamentazione dell'indicazione di origine o l'istituzione di un apposito marchio a tutela delle merci integralmente prodotte sul territorio italiano o assimilate ai sensi della normativa europea in materia di origine ». Il comma 63 del medesimo articolo 4 dispone che « le modalità di regolamentazione delle indicazioni di origine e di istituzione ed uso del marchio di cui al comma 61 » sono definite con un apposito regolamento, che ad oggi non risulta essere stato emanato.

Va inoltre ricordata la sentenza della Corte di cassazione n. 34103 del 19 aprile 2005, secondo cui l'etichettatura « *made in Italy* », apposta su un prodotto non realizzato in Italia ai sensi della normativa europea sull'origine (luogo di ultima sostanziale lavorazione), configura il reato di cui all'articolo 517 del codice penale sulla vendita di prodotti industriali con segni idonei a trarre in inganno il compratore, in quanto il consumatore « potrebbe essere indotto ad acquistare un prodotto proprio solo in quanto fabbricato (o non fabbricato) in un determinato luogo geografico [...] e ciò in base alle più svariate consi-

derazioni soggettive, non necessariamente attinenti alla qualità del prodotto stesso ».

La presente proposta di legge considera inoltre la proposta di regolamento comunitario relativo all'introduzione dell'obbligo di indicazione del Paese d'origine sull'etichettatura di taluni prodotti importati da Paesi terzi [COM(2005) 661 definitivo], finalizzata a porre rimedio alla posizione di svantaggio della Comunità europea rispetto ai suoi *partner* commerciali come Canada, Cina, Giappone e Stati Uniti, i quali già impongono l'obbligo di un marchio di origine sulle loro importazioni.

Tale proposta di regolamento rappresenta un importante passo in avanti, in relazione alla necessità di assicurare una corretta informazione ai consumatori, i quali attribuiscono un importante valore commerciale all'informazione sull'origine geografica di un prodotto, e di tutelare la competitività dell'industria comunitaria; essa tuttavia risolve solo in parte l'esigenza di tutela delle piccole e medie imprese italiane che producono in Italia. A tale fine potrebbe essere ipotizzabile la previsione di un'indicazione di qualità della produzione riferita anche agli aspetti sociali e ambientali e non solo al luogo geografico di origine.

Il testo della presente proposta di legge ha tenuto conto inoltre degli ulteriori rilievi sollevati dalla Commissione europea nel citato parere circostanziato del 24 ottobre 2005, inerenti le disposizioni relative alla carta d'identità dei prodotti « *made in Italy* » (articolo 10), alle campagne di promozione del marchio (articolo 11), all'obbligo di etichettatura d'origine dei prodotti realizzati in Paesi extracomunitari (articolo 7), all'etichettatura delle calzature e dei dispositivi di protezione individuale (articolo 8), discusse durante la scorsa legislatura.

L'articolo 1 istituisce il marchio « 100 per cento Italia » e ne definisce l'ambito di applicazione in conformità con il disposto di cui all'articolo 153 del Trattato che istituisce la Comunità europea. Si stabilisce che si intendono realizzati interamente in Italia i prodotti finiti per i quali l'ideazione, il disegno, la progettazione, la la-

vorazione e il confezionamento sono compiuti interamente sul territorio italiano, utilizzando materie prime anche di importazione, nonché semilavorati grezzi, come definiti dalla lettera g) del comma 3, realizzati interamente in Italia.

L'articolo 2 prevede che il marchio di cui all'articolo 1 sia concesso al produttore a valere sui prodotti che l'impresa realizzi nel rispetto delle condizioni previste dal progetto di legge medesimo. Ad esempio che il marchio dovrà essere apposto in forma indelebile e non sostituibile sul prodotto finale in modo da non ingenerare confusione nel consumatore, affinché risulti chiaro che tale marchio è relativo all'intero prodotto e non ad una sola parte o componente di esso.

L'articolo 3 stabilisce le modalità e i requisiti per la concessione del marchio: modalità della domanda alla camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura territorialmente competente; autocertificazione circa il rispetto delle norme vigenti in materia di tutela del lavoro, in campo fiscale e contributivo, nonché in ordine all'esclusione dell'impiego di minori e al pieno rispetto della normativa per la salvaguardia dell'ambiente; attestazione che tutte le fasi di realizzazione del prodotto si sono svolte integralmente sul territorio nazionale; attestazione che sul prodotto sono state effettuate le analisi chimiche e meccaniche necessarie ad accertare la salubrità dei materiali utilizzati e le qualità meccaniche relative alla resistenza e alla durata del prodotto stesso.

Il marchio è rilasciato dal Ministero dello sviluppo economico che può autorizzare al rilascio del marchio consorzi o società consortili, anche in forma cooperativa, costituiti da imprese, anche artigiane, facenti parte di distretti industriali individuati ai sensi dell'articolo 36 della legge 5 ottobre 1991, n. 317, o di specifiche filiere produttive, qualora tutti i prodotti da essi realizzati abbiano i requisiti per ottenere il marchio. È inoltre istituito presso il Ministero dello sviluppo economico, senza nuovi o maggiori oneri per il bilancio dello Stato, l'albo delle imprese

abilitate ad utilizzare per i propri prodotti il marchio.

L'articolo 4 riguarda i controlli sulle autocertificazioni da parte delle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura.

L'articolo 5 prevede che le imprese che hanno ottenuto l'utilizzo del marchio attestino ogni due anni, tramite autocertificazione da depositare presso il Ministero dello sviluppo economico, il permanere dei requisiti per l'utilizzo del marchio. Le camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura, i consorzi di imprese e gli istituti e i consorzi di certificazione a tal fine autorizzati (individuati con decreto del Ministro dello sviluppo economico) effettuano controlli periodici e a campione sulle imprese che utilizzano il marchio ai fini della verifica della sussistenza dei relativi requisiti. Il Ministero dello sviluppo economico può comunque acquisire notizie atte a verificare la sussistenza dei requisiti per l'utilizzo del marchio. Sono previste forme di collaborazione tra camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura e il Corpo della guardia di finanza finalizzate ai controlli. Nel caso in cui i controlli o gli accertamenti facciano emergere a carico dell'impresa interessata violazioni nell'utilizzo del marchio, il Ministero dello sviluppo economico revoca l'autorizzazione all'utilizzo del marchio stesso. Il Ministero dello sviluppo economico provvede a rendere nota al pubblico la revoca del marchio tramite appositi comunicati diffusi, a spese dell'impresa interessata, su tre testate giornalistiche, di cui almeno due a diffusione nazionale.

L'articolo 6 stabilisce le sanzioni alle imprese alle quali è stato revocato il diritto all'uso del marchio. L'uso illecito del marchio è punito ai sensi del libro II, titolo VII, capo II, del codice penale e del decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30. Per l'irrogazione delle pene accessorie, si applica l'articolo 518 del codice penale.

L'articolo 7 istituisce un sistema di etichettatura dei prodotti realizzati in Paesi non appartenenti all'Unione europea. Tale sistema di etichettatura deve

comunque evidenziare il Paese di origine del prodotto finito, nonché dei prodotti intermedi e la loro realizzazione nel rispetto delle regole comunitarie e internazionali in materia di origine commerciale, di igiene e sicurezza dei prodotti.

Nella etichettatura di prodotti finiti e intermedi il produttore o l'importatore devono fornire anche informazioni specifiche sulla conformità alle norme internazionali vigenti in materia di lavoro, sulla certificazione di igiene e sicurezza dei prodotti e sull'esclusione dell'impiego di minori nella produzione, nonché sul rispetto della normativa europea e degli accordi internazionali in materia ambientale. Con decreto del Ministro dello sviluppo economico, da emanare di concerto con i Ministri dell'economia e delle finanze e del commercio internazionale, entro tre mesi dalla data di entrata in vigore della legge, sono stabilite le procedure per il rilascio e le caratteristiche del sistema di etichettatura e sono definite misure volte a promuovere presso i consumatori la conoscenza delle caratteristiche del sistema di etichettatura, nonché forme di semplificazione delle procedure doganali per i prodotti dotati di etichettature conformi ai criteri di cui all'articolo 7.

L'articolo 8 specifica che le calzature destinate alla vendita al consumatore possono riportare un'etichetta recante informazioni sui materiali delle principali parti che le compongono, quali tomaia, rivestimento della tomaia, suola interna, suola esterna. L'etichetta contiene altresì le informazioni relative all'origine dei materiali stessi e alle relative lavorazioni. Per le calzature prodotte al di fuori dell'Unione europea e per quelle qualificate come dispositivi di protezione individuale, ai sensi del decreto legislativo 4 dicembre 1992, n. 475, l'etichetta deve riportare la denominazione e il codice identificativo dell'organismo italiano autorizzato che ha rilasciato la relativa certificazione.

L'articolo 9 modifica l'articolo 8, comma 1, del decreto legislativo 22 maggio 1999, n. 194, aggiungendo alcuni periodi volti a specificare nel caso dei prodotti

tessili che per i prodotti realizzati al di fuori dell'Unione europea e qualificati come dispositivi di protezione individuale, ai sensi del decreto legislativo 4 dicembre 1992, n. 475, l'etichetta deve riportare anche la denominazione e il codice identificativo dell'organismo italiano autorizzato che ha rilasciato la relativa certificazione. Quando tali prodotti non sono offerti in vendita ad un consumatore tali informazioni possono essere riportate in documenti commerciali di accompagnamento.

L'articolo 10 stabilisce che la denominazione « *Made in Italy* », ferma restando la disciplina recata dal citato regolamento (CEE) n. 2913/92 del Consiglio, del 12 ottobre 1992, che istituisce un codice doganale comunitario, sia accompagnata da una scheda informativa denominata « carta d'identità del prodotto finito » che contiene informazioni utili al consumatore per conoscere la provenienza dei semilavorati di cui il prodotto finale è composto e le lavorazioni eseguite nel processo di fabbricazione cui hanno contribuito imprese di altri Paesi. I contenuti e le modalità applicative di quella che è una vera e propria carta d'identità dei prodotti *Made in Italy* sono stabiliti con decreto del Ministro dello sviluppo economico, di intesa con la Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le regioni e le province autonome di Trento e di Bolzano e sentite le categorie interessate, entro tre mesi dalla data di entrata in vigore della legge. Per informare i consumatori riguardo alla rilevanza delle notizie contenute nella carta d'identità nell'ambito degli ordinari stanziamenti di bilancio, il Ministero dello sviluppo economico, di intesa con la Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le regioni e le province autonome di Trento e di Bolzano, sentite le associazioni di categoria delle imprese e le associazioni dei consumatori, può attuare una campagna di informazione capillare utilizzando le emittenti televisive nazionali, la rete radiofonica, la rete INTERNET e stampati da inviare al domicilio dei cittadini. Gli sportelli unici all'estero, nell'ambito dei compiti ad essi attribuiti dalla legge 31 marzo 2005, n. 56,

svolgono, nei Paesi esteri, funzioni di prevenzione dei fenomeni di contraffazione della carta d'identità medesima.

L'articolo 11 prevede che il Ministero dello sviluppo economico possa predisporre campagne annuali di promozione del marchio di cui all'articolo 1 nel territorio nazionale e sui principali mercati internazionali per il sostegno e la valorizzazione della produzione italiana e per la sensibilizzazione del pubblico ai fini della tutela del consumatore. Il Ministero dello sviluppo economico provvede inoltre alla registrazione del marchio di cui all'articolo 1 presso l'apposito Ufficio di armonizzazione comunitaria ai fini della tutela internazionale del marchio in Stati terzi ai sensi del regolamento (CE) n. 40/94 del Consiglio, del 20 dicembre 1993, e del protocollo relativo alla intesa di Madrid concernente la registrazione internazionale dei marchi, firmato a Madrid il 27 giugno 1989, reso esecutivo ai sensi della legge 12 marzo 1996, n. 169. Le imprese facenti parte di distretti industriali (arti-

colo 36 della legge 5 ottobre 1991, n. 317) e di quelli riconosciuti dalle regioni sulla base delle leggi emanate nell'ambito delle competenze di cui all'articolo 117 della Costituzione, possono concertare azioni di promozione dei prodotti contrassegnati dal marchio di cui all'articolo 1 con le regioni, i comuni e le camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura interessati.

L'articolo 12, comma 1, estende l'applicazione delle disposizioni della legge, in quanto compatibili, ai marchi aziendali e collettivi e alle denominazioni, indicazioni ed etichettature di cui alle leggi nazionali o regionali vigenti, destinate alla informazione del consumatore e alla riconoscibilità dell'origine o della qualità dei prodotti; il comma 2 esclude espressamente dall'ambito di applicazione della legge la categoria dei prodotti alimentari, alla quale continua ad applicarsi la disciplina prevista dal decreto-legge 24 giugno 2004, n. 157, convertito, con modificazioni, dalla legge 3 agosto 2004, n. 204.

PROPOSTA DI LEGGE

ART. 1.

*(Istituzione del marchio
« 100 per cento Italia » e definizioni).*

1. Al fine di assicurare un livello elevato di protezione dei consumatori, in conformità con il disposto di cui all'articolo 153 del Trattato che istituisce la Comunità europea, promuovendo il loro diritto a una corretta informazione in ordine ai prodotti il cui processo produttivo è realizzato interamente in Italia, è istituito il marchio « 100 per cento Italia », di proprietà dello Stato italiano.

2. Si intendono realizzati interamente in Italia i prodotti finiti per i quali l'ideazione, la progettazione, il disegno, la lavorazione e il confezionamento sono compiuti interamente sul territorio italiano, utilizzando materie prime anche di importazione, nonché semilavorati grezzi, come definiti alla lettera g) del comma 3, realizzati interamente in Italia.

3. Ai fini della presente legge si intende per:

a) ideazione, l'attività intellettuale e creativa finalizzata alla definizione di un prodotto e dei suoi requisiti specifici;

b) progettazione, l'attività dell'ingegno finalizzata a individuare le caratteristiche costruttive, prestazionali ed estetiche di un prodotto;

c) disegno, la rappresentazione grafica dell'attività di ideazione e di progettazione;

d) lavorazione, ogni attività del processo produttivo che porta alla realizzazione del prodotto finale;

e) confezionamento, le attività successive alla lavorazione e dirette all'imballaggio del prodotto finito per la sua conservazione o immissione sul mercato;

f) materie prime, ogni materiale o sostanza utilizzati nel processo produttivo e che diventano parte integrante del prodotto finito;

g) semilavorati grezzi, i prodotti che non hanno terminato tutte le fasi della lavorazione, anche se hanno assunto una determinata forma dalla quale emerge la sagoma del prodotto finito, nonché i manufatti di processi tecnologici di qualsiasi natura, meccanici e no, che, pur presentando una struttura finita o semifinita, non risultano diretti a uno specifico uso o funzione, ma sono destinati a essere trasformati, inseriti, incorporati, aggiunti o collegati in qualunque forma o con qualsiasi processo tecnologico in altri oggetti, garantiti nel loro complesso dal fabbricante del prodotto finito.

ART. 2.

(Individuazione e riconoscibilità dei prodotti).

1. Il marchio di cui all'articolo 1 è concesso al produttore a valere sui prodotti che l'impresa realizza nel rispetto delle condizioni previste dall'articolo 1, comma 2, e dall'articolo 3.

2. Il marchio di cui all'articolo 1 deve essere apposto sul prodotto finale, in forma indelebile e non sostituibile, in maniera tale da non ingenerare possibilità di confusione da parte del consumatore in merito all'adeguatezza dell'intero prodotto, e non di una sola parte o componente di esso, alle disposizioni della presente legge.

ART. 3.

(Modalità e requisiti per la concessione del marchio).

1. Il richiedente l'autorizzazione all'uso del marchio di cui all'articolo 1, unitamente alla domanda, deve presentare alla camera di commercio, industria, artigia-

nato e agricoltura territorialmente competente un'autocertificazione relativa:

a) al rispetto delle norme vigenti in materia di tutela del lavoro, in campo fiscale e contributivo, nonché in ordine all'esclusione dell'impiego di minori e al pieno rispetto della normativa per la salvaguardia dell'ambiente;

b) all'attestazione che tutte le fasi di realizzazione del prodotto si siano svolte integralmente sul territorio nazionale;

c) all'attestazione che sul prodotto siano state effettuate le analisi chimiche e meccaniche necessarie ad accertare la salubrità dei materiali utilizzati e le qualità meccaniche relative alla resistenza e alla durata del prodotto stesso.

2. Il marchio di cui all'articolo 1 è rilasciato dal Ministero dello sviluppo economico, che si avvale della collaborazione delle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura, su richiesta delle imprese interessate e previa verifica della sussistenza dei prescritti requisiti.

3. Il Ministero dello sviluppo economico può autorizzare al rilascio del marchio di cui all'articolo 1 consorzi o società consortili, anche in forma cooperativa, costituiti da imprese, anche artigiane, facenti parte di distretti industriali individuati ai sensi dell'articolo 36 della legge 5 ottobre 1991, n. 317, e successive modificazioni, ovvero di specifiche filiere produttive, qualora tutti i prodotti da essi realizzati abbiano i requisiti per ottenere il marchio.

4. È istituito presso il Ministero dello sviluppo economico, senza nuovi o maggiori oneri per il bilancio dello Stato, l'albo delle imprese abilitate a utilizzare per i propri prodotti il marchio di cui all'articolo 1.

ART. 4.

(Controlli sulle autocertificazioni del marchio « 100 per cento Italia »).

1. Le camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura hanno il compito

di esercitare il controllo di veridicità delle autocertificazioni di cui all'articolo 3, definendo opportune forme di collaborazione con il Corpo della guardia di finanza e avvalendosi di istituti di certificazione pubblici o privati autorizzati con decreto del Ministro dello sviluppo economico.

ART. 5.

(Controlli).

1. Le imprese che hanno ottenuto l'utilizzo del marchio di cui all'articolo 1 attestano ogni due anni, tramite autocertificazione da depositare presso il Ministero dello sviluppo economico, che per gli scopi di cui al presente articolo può avvalersi delle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura competenti per territorio, il permanere dei requisiti per l'utilizzo del medesimo marchio. Le imprese sono comunque tenute a comunicare immediatamente al soggetto che ha rilasciato il marchio l'eventuale venire meno dei relativi requisiti e a cessare contestualmente l'utilizzo del marchio.

2. Le camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura e i consorzi di imprese di cui al comma 3 dell'articolo 3, anche tramite gli istituti e i consorzi di certificazione a tale fine autorizzati e da essi individuati, effettuano controlli periodici e a campione sulle imprese che utilizzano il marchio di cui all'articolo 1 ai fini della verifica della sussistenza dei relativi requisiti.

3. Il Ministero dello sviluppo economico può comunque acquisire notizie atte a verificare la sussistenza dei requisiti per l'utilizzo del marchio di cui all'articolo 1, segnalando eventuali ipotesi di indebito utilizzo, ai fini dei conseguenti accertamenti, alla camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura competente per territorio, ovvero ai consorzi di imprese di cui al comma 3 dell'articolo 3, che hanno rilasciato il marchio.

4. Ai fini delle attività di controllo e accertamento svolte dalle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura,

di cui ai commi 2 e 3, sono definite opportune forme di collaborazione con il Corpo della guardia di finanza.

5. Nel caso in cui i controlli di cui al comma 2 o gli accertamenti di cui al comma 3 facciano emergere a carico dell'impresa interessata violazioni nell'utilizzo del marchio di cui all'articolo 1, il Ministero dello sviluppo economico revoca l'autorizzazione all'utilizzo del marchio. Nelle more degli accertamenti di cui al comma 3 l'utilizzo del marchio può essere inibito a titolo cautelare.

6. Il Ministero dello sviluppo economico provvede a rendere nota al pubblico la revoca del marchio disposta ai sensi del comma 5 tramite appositi comunicati diffusi, a spese dell'impresa interessata, su tre testate giornalistiche, di cui almeno due a diffusione nazionale.

ART. 6.

(Sanzioni).

1. Le imprese alle quali è stato revocato il diritto all'uso del marchio di cui all'articolo 1 non possono presentare nuove richieste di autorizzazione all'utilizzo del marchio prima che siano decorsi tre anni dal provvedimento di revoca. Qualora la richiesta di autorizzazione riguardi lo stesso prodotto per il quale è intervenuto il provvedimento di revoca, essa non può essere presentata prima che siano decorsi cinque anni.

2. Qualora ne abbia notizia, il Ministero dello sviluppo economico segnala all'autorità giudiziaria, per le iniziative di sua competenza, i casi di contraffazione e di uso abusivo del marchio di cui all'articolo 1. Si applicano altresì le disposizioni di cui agli articoli 144 e seguenti del codice della proprietà industriale, di cui al decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30.

3. L'uso illecito del marchio di cui all'articolo 1 è punito ai sensi del libro II, titolo VII, capo II, del codice penale e del codice della proprietà industriale, di cui al decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30.

Per l'irrogazione delle pene accessorie si applica l'articolo 518 del codice penale.

ART. 7.

(Etichettatura dei prodotti).

1. Al fine di consentire un'adeguata informazione agli utilizzatori intermedi e ai consumatori finali sul processo lavorativo dei prodotti commercializzati sul mercato italiano, è istituito, su base volontaria, un sistema di etichettatura dei prodotti realizzati in Paesi non appartenenti all'Unione europea. Tale sistema di etichettatura deve comunque evidenziare il Paese di origine del prodotto finito, nonché dei prodotti intermedi e la loro realizzazione nel rispetto delle regole comunitarie e internazionali in materia di origine commerciale, di igiene e sicurezza dei prodotti.

2. Nella etichettatura di prodotti finiti e intermedi di cui al comma 1, il produttore o l'importatore forniscono altresì informazioni specifiche sulla conformità alle norme internazionali vigenti in materia di lavoro, sulla certificazione di igiene e sicurezza dei prodotti e sull'esclusione dell'impiego di minori nella produzione, nonché sul rispetto della normativa europea e degli accordi internazionali in materia ambientale.

3. Con decreto del Ministro dello sviluppo economico, da emanare di concerto con il Ministro dell'economia e delle finanze e con il Ministro del commercio internazionale, entro tre mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, sono stabilite le procedure per il rilascio e le caratteristiche del sistema di etichettatura di cui ai commi 1 e 2 e le modalità per i relativi controlli. Con il medesimo decreto sono altresì definite misure volte a promuovere presso i consumatori la conoscenza delle caratteristiche del sistema di etichettatura previste dal presente articolo, nonché forme di semplificazione delle procedure doganali per i prodotti dotati di etichettature conformi ai criteri di cui al presente articolo. Dall'attuazione delle di-

sposizioni del presente comma non devono derivare nuovi o maggiori oneri a carico della finanza pubblica.

ART. 8.

*(Disposizioni in materia
di etichettatura delle calzature).*

1. Fermo restando quanto previsto dall'articolo 7, le calzature destinate alla vendita al consumatore possono riportare un'etichetta recante informazioni sui materiali delle principali parti che le compongono, quali tomaia, rivestimento della tomaia, suola interna, suola esterna. L'etichetta contiene altresì le informazioni relative all'origine dei materiali stessi e alle relative lavorazioni.

2. Per le calzature prodotte al di fuori dell'Unione europea e qualificate come dispositivi di protezione individuale, ai sensi del decreto legislativo 4 dicembre 1992, n. 475, l'etichetta riporta la denominazione e il codice identificativo dell'organismo italiano autorizzato che ha rilasciato la relativa certificazione.

ART. 9.

*(Disposizioni in materia
di etichettatura dei prodotti tessili).*

1. All'articolo 8, comma 1, del decreto legislativo 22 maggio 1999, n. 194, sono aggiunti, in fine, i seguenti periodi: « Per i prodotti realizzati al di fuori dell'Unione europea e qualificati come dispositivi di protezione individuale, ai sensi del decreto legislativo 4 dicembre 1992, n. 475, l'etichetta riporta inoltre la denominazione e il codice identificativo dell'organismo italiano autorizzato che ha rilasciato la relativa certificazione. Quando tali prodotti non sono offerti in vendita a un consumatore, come definito dall'articolo 1519-bis, secondo comma, lettera a), del codice civile, le informazioni di cui al presente comma possono essere riportate in documenti commerciali di accompagnamento ».

ART. 10.

(*Carta d'identità dei prodotti*
« Made in Italy »).

1. La definizione « *Made in Italy* », ferma restando la disciplina recata dal regolamento (CEE) n. 2913/92 del Consiglio, del 12 ottobre 1992, e successive modificazioni, che istituisce un codice doganale comunitario, è accompagnata da una scheda informativa denominata « carta d'identità del prodotto finito » che contiene informazioni utili al consumatore per conoscere la provenienza dei semilavorati di cui il prodotto finale è composto e le lavorazioni eseguite nel processo di fabbricazione cui hanno contribuito imprese di altri Paesi.

2. I contenuti e le modalità applicative della carta d'identità di cui al comma 1 sono stabiliti con decreto del Ministro dello sviluppo economico, di concerto con il Ministro del commercio internazionale, di intesa con la Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le regioni e le province autonome di Trento e di Bolzano e sentite le categorie interessate, entro tre mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge.

3. Per informare i consumatori riguardo alla rilevanza delle notizie contenute nella carta d'identità di cui al comma 1, nell'ambito degli ordinari stanziamenti di bilancio il Ministero dello sviluppo economico, di intesa con la Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le regioni e le province autonome di Trento e di Bolzano, sentite le associazioni di categoria delle imprese e le associazioni dei consumatori, può attuare una campagna di informazione capillare utilizzando le emittenti televisive nazionali, la rete radiofonica, la rete INTERNET e stampati da inviare al domicilio dei cittadini.

4. Gli sportelli unici all'estero, nell'ambito dei compiti ad essi attribuiti dalla legge 31 marzo 2005, n. 56, svolgono, nei Paesi esteri, funzioni di prevenzione di fenomeni di contraffazione della carta d'identità di cui al comma 1.

ART. 11.

(Promozione del marchio e registrazione comunitaria).

1. Il Ministero dello sviluppo economico, di concerto con il Ministero del commercio internazionale, può predisporre, nei limiti delle risorse di cui al secondo periodo del presente comma, campagne annuali di promozione del marchio di cui all'articolo 1 nel territorio nazionale nonché sui principali mercati internazionali per il sostegno e la valorizzazione della produzione italiana e per la sensibilizzazione del pubblico ai fini della tutela del consumatore. Al finanziamento delle predette campagne si provvede mediante utilizzo di una quota non inferiore al 50 per cento delle risorse derivanti dall'articolo 148 della legge 23 dicembre 2000, n. 388, e successive modificazioni.

2. Il Ministero dello sviluppo economico provvede alla registrazione del marchio di cui all'articolo 1 presso l'apposito Ufficio di armonizzazione comunitaria ai fini della tutela internazionale del marchio in Stati terzi ai sensi del regolamento (CE) n. 40/94 del Consiglio, del 20 dicembre 1993, e successive modificazioni, e del protocollo relativo alla intesa di Madrid concernente la registrazione internazionale dei marchi, fatto a Madrid il 27 giugno 1989, reso esecutivo ai sensi della legge 12 marzo 1996, n. 169.

3. Le imprese facenti parte di distretti industriali individuati ai sensi dell'articolo 36 della legge 5 ottobre 1991, n. 317, e successive modificazioni, ovvero di quelli riconosciuti dalle regioni sulla base delle leggi emanate nell'ambito delle competenze di cui all'articolo 117 della Costituzione, possono altresì concertare azioni di promozione dei prodotti contrassegnati dal marchio di cui all'articolo 1 con le regioni, i comuni e le camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura interessati. Dall'attuazione del presente comma non devono derivare nuovi o maggiori oneri a carico della finanza pubblica.

ART. 12.

(Ambito di applicazione).

1. Le norme di cui alla presente legge si applicano, in quanto compatibili, ai marchi aziendali e collettivi e alle denominazioni, indicazioni ed etichettature, di cui alle leggi nazionali o regionali vigenti, destinate alla informazione del consumatore e alla riconoscibilità dell'origine o della qualità dei prodotti.

2. Le norme di cui alla presente legge non si applicano ai prodotti alimentari, per i quali resta in vigore la disciplina prevista dal decreto-legge 24 giugno 2004, n. 157, convertito, con modificazioni, dalla legge 3 agosto 2004, n. 204.

€ 0,30



15PDL0005490