

COMMISSIONE X
ATTIVITÀ PRODUTTIVE, COMMERCIO E TURISMO

RESOCONTO STENOGRAFICO

INDAGINE CONOSCITIVA

9.

SEDUTA DI MERCOLEDÌ 8 MARZO 2023

PRESIDENZA DELLA VICEPRESIDENTE **ILARIA CAVO**
INDI
DEL PRESIDENTE **ALBERTO LUIGI GUSMEROLI**

INDICE

	PAG.		PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:		Audizione, in videoconferenza, di rappresentanti di CDP <i>venture capital sgr</i> – Fondo nazionale innovazione:	
Cavo Ilaria, <i>presidente</i>	3	Gusmeroli Alberto Luigi, <i>presidente</i>	6, 7, 8
INDAGINE CONOSCITIVA SUL MADE IN ITALY: VALORIZZAZIONE E SVILUPPO DELL'IMPRESA ITALIANA NEI SUOI DIVERSI AMBITI PRODUTTIVI		Scortecchi Alessandro, <i>head of strategy & business development di CDP <i>venture capital sgr</i> – Fondo nazionale innovazione</i>	6, 7
Audizione, in videoconferenza, di rappresentanti di MESAP:		Audizione di rappresentanti del Ministero del turismo:	
Cavo Ilaria, <i>presidente</i>	3, 4, 5, 6	Gusmeroli Alberto Luigi, <i>presidente</i>	9, 11
Tafari Alfredo, <i>coordinatore di MESAP</i> ..	3, 4, 5, 6	Verrico Alessandro, <i>capo ufficio legislativo del Ministero del turismo</i>	9

N. B. Sigle dei gruppi parlamentari: Fratelli d'Italia: FdI; Partito Democratico - Italia Democratica e Progressista: PD-IDP; Lega - Salvini Premier: Lega; MoVimento 5 Stelle: M5S; Forza Italia - Berlusconi Presidente - PPE: FI-PPE; Azione - Italia Viva - Renew Europe: A-IV-RE; Alleanza Verdi e Sinistra: AVS; Noi Moderati (Noi con L'Italia, Coraggio Italia, UDC e Italia al Centro) - MAIE: NM(N-C-U-I)-M; Misto: Misto; Misto-Minoranze Linguistiche: Misto-Min.Ling.; Misto-+Europa: Misto-+E.

	PAG.		PAG.
Audizione di rappresentanti del Ministero delle imprese e del <i>made in Italy</i>:		<i>Allegato 1:</i> Documentazione depositata dai rappresentanti di MESAP	16
Gusmeroli Alberto Luigi, <i>presidente</i>	11, 14		
Veltri Giulio, <i>capo ufficio legislativo del Ministero delle imprese e del <i>made in Italy</i></i>	11	<i>Allegato 2:</i> Documentazione depositata dai rappresentanti del Ministero delle imprese e del <i>made in Italy</i>	30
ALLEGATI:			

PRESIDENZA DELLA VICEPRESIDENTE
ILARIA CAVO

La seduta comincia alle 14.40.

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Avverto che la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche mediante la trasmissione televisiva diretta sulla *web tv* della Camera dei deputati.

Audizione, in videoconferenza, di rappresentanti di MESAP.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, ai sensi dell'articolo 144, comma 1, del Regolamento, l'audizione di rappresentanti di MESAP (Polo MESAP – *Smart Products and Manufacturing*) nell'ambito dell'indagine conoscitiva sul *made in Italy*: valorizzazione e sviluppo dell'impresa italiana nei suoi diversi ambiti produttivi.

Invito chi interviene a volerlo fare sinteticamente, in modo da lasciare più spazio possibile alle domande dei commissari, riservando gli ulteriori approfondimenti ad un eventuale contributo scritto che verrà volentieri acquisito ai lavori della Commissione.

Do la parola a Alfredo Tafuri, coordinatore di MESAP, ricordando che il tempo complessivo a disposizione per l'intervento è di circa dieci minuti. Grazie.

ALFREDO TAFURI, *coordinatore di MESAP*. Grazie signor presidente, signori onorevoli deputati. Ho bisogno di condividere lo schermo per mostrare alcune...

PRESIDENTE. La sentiamo molto male e le chiedo se può avvicinarsi al microfono perché risulta difficoltoso sentirla.

ALFREDO TAFURI, *coordinatore di MESAP*. Un attimo solo. Così va meglio ?

PRESIDENTE. Noi non sentiamo. È impossibile fare una audizione in queste condizioni. Forse se vuole spegnere la videocamera magari il collegamento audio risulta migliore.

ALFREDO TAFURI, *coordinatore di MESAP*. Come va ora come audio ?

PRESIDENTE. Io mi scuso. Mi dispiace molto ma sono costretto a interromperla perché noi non riusciamo a sentire nulla. O si avvicina al microfono o provate a ricollegarvi. Non possiamo proseguire l'audizione in questo modo, abbiamo i tempi piuttosto stretti.

ALFREDO TAFURI, *coordinatore di MESAP*. Presidente, proviamo a scollegarci e a ricollegarci rapidamente.

PRESIDENTE. Già così sembra che vada meglio. A me dispiace davvero perché ovviamente tutti i collegamenti e tutti i contributi sono preziosi, però... Provate così, anche soltanto con l'audio.

ALFREDO TAFURI, *coordinatore di MESAP*. Mi sente meglio adesso ?

PRESIDENTE. Sì adesso sì. Prego proceda così. Grazie.

ALFREDO TAFURI, *coordinatore di MESAP*. Buongiorno signor presidente, signori Onorevoli deputati.

MESAP ha accolto con piacere e soddisfazione il coinvolgimento nell'indagine conoscitiva relativa al *made in Italy*, occasione per illustrare le caratteristiche del nostro « ecosistema » e indicare alcune criticità che affiggono e limitano soprattutto le PMI (di cui ci facciamo portavoce).

Io sono Alfredo Tafuri e attualmente svolgo la funzione di coordinatore del Polo d'innovazione della regione Piemonte MESAP, l'ing. Guido Ceresole con me oggi mi sostituirà a breve nell'incarico e l'ing. Paolo Dondo è il *Technology Manager*.

Un breve profilo del Polo MESAP contribuirà a chiarire perché MESAP è qui ora. MESAP, oggi parte del Sistema dei Poli della regione Piemonte, è attivo da oltre 10 anni con il POR FESR 2007 – 2013. La ragion d'essere del polo è promuovere e favorire il trasferimento tecnologico dagli enti di ricerca e dalle grandi aziende verso le PMI del territorio per incrementare la loro capacità competitiva.

Le principali azioni sono il creare momenti di incontro fra i *technology provider* (Università, centri di ricerche, imprese) ed i *technology user* e favorire la partecipazione delle aziende a bandi per finanziamenti a progetti di innovazione e sviluppo anche attraverso la costituzione di partenariati.

Il Polo MESAP opera in stretta collaborazione con il *Competence center CIM 4.0*, e con *Digital Innovation Hub Piemonte*.

È ancora rappresentante della regione nei *cluster* tecnologici nazionali trasporti e fabbrica intelligente.

La nostra presentazione si articolerà su cinque temi specifici sui quali potrà costruttivamente operare uno strumento legislativo che sviluppi e tuteli le nostre eccellenze (*vedi allegato 1*).

I temi sono: misure a favore della filiera della componentistica *automotive* per sostenere e accelerare la ristrutturazione produttiva verso le nuove forme di alimentazione dei MCI (motori a combustione interna); estensione delle tutele per contrastare una concorrenza agguerrita anche al settore dell'elettronica e dei semiconduttori ed in particolare delle macchine ed attrezzature per il collaudo dei *microchip*; rece-

pimento nel regolamento di attuazione del *EU Chips Act* di misure a favore delle PMI e delle produzioni in atto fino alla disponibilità dei prodotti di nuova generazione; misure a favore di interventi di formazione a tutti i livelli (professionale, universitario, dottorato) per colmare la mancanza di risorse competenti e capaci e non solo in area tecnica; misure per favorire ulteriormente la conoscenza e la diffusione all'estero anche di queste linee di prodotti attraverso comunicazione specialistica e fiere. Mi sente ora ?

PRESIDENTE. Sì proceda pure, se non la interrompo è perché ascoltiamo. Grazie.

ALFREDO TAFURI, *coordinatore di MESAP*. Fra le nostre associate molte sono le aziende attive nel settore dell'*automotive*, dell'elettronica (*hardware e software*) e dei semiconduttori che sono già oggi eccellenze nel loro settore: questa eccellenza però non è sempre conosciuta e riconosciuta sia localmente che a livello globale benché l'Italia sia il paese delle eccellenze in particolare delle cosiddette « 4 A »: Abbigliamento, Agroalimentare, Arredamento e Automobili, elementi che iconograficamente rimandano alla bellezza.

Ma non sono le uniche ! L'Italia ha infatti una rinomata vocazione tecnica, scientifica e manifatturiera testimoniata dalle nostre eccellenze che riscuotono successo anche all'estero.

Una tra le azioni utili per sostenere le Aziende nel superamento di alcune fra le attuali difficoltà (oneri amministrativi e burocratici, esiziali in settori ad alta ed altissima velocità di sviluppo, e difficoltà nel reperire risorse umane adeguatamente formate e capaci) può giungere da normative che tutelino la provenienza geografica dei prodotti. Un efficace contrasto all'*italian sounding* e ad ogni forma di falsificazione che associa ad altre nazioni il perseguimento della ricerca, dello sviluppo di nuovi prodotti e processi produttivi nei sopra citati campi dell'elettronica e dell'automazione, della qualità e dell'affidabilità contribuirebbe a questo fine.

Un esempio tra tutti è la normativa europea che mette al bando le automobili

con motori a combustione interna, anche se la sua attuazione è stata sospesa. Questa normativa, di fatto, genera una fortissima dipendenza europea e quindi italiana dai paesi produttori di materie prime per la costruzione di batterie e motori elettrici: ancora una volta si rende per contro necessaria la tutela della produzione *made in Italy* !

A partire dal 1° gennaio 2035 i grandi costruttori di automobili non avrebbero potuto più vendere veicoli che producono emissioni di anidride carbonica allo scarico: potevano essere prodotte e immatricolate solo le automobili elettriche. L'EU riconosce la natura inquinante di benzina e diesel di origine fossile ma non quella del motore a combustione in sé: ciò lascia virtualmente la porta aperta alla produzione e immatricolazione di auto a combustione interna purché alimentate da idrogeno verde (che assicura le agognate emissioni zero di CO₂ allo scarico) o carburanti sintetici climaticamente neutri.

L'Unione prosegue, dunque, il suo cammino verso l'obiettivo dichiarato della « neutralità climatica », con misure che puntano a ridurre le emissioni di CO₂ e a raggiungere la neutralità carbonica entro il 2050.

Tuttavia sono previste alcune « tappe intermedie » nel 2025, 2026 e 2030.

Sono queste considerazioni che meritano attenzione perché i diversi esiti delle verifiche intermedie del 2025, 2026 e 2030 potranno avere impatti positivi o devastanti sulla filiera della componentistica.

La auspicata « neutralità climatica » può essere conseguita quindi come detto anche con motori a combustione interna alimentati ad idrogeno « verde » o a combustibili sintetici: ha senso affrontare questo argomento in questa sede perché il nostro territorio ed alcune aziende del nostro ecosistema sono già oggi dotate di notevoli competenze in questi settori. Il Polo *CLEVER*, altro polo d'innovazione della regione Piemonte con cui collaboriamo, è focalizzato sulle tecnologie *green* per la nascita della *Hydrogen Valley*, per altro riconvertendo aree industriali dismesse e generando un circolo virtuoso ambientale e produttivo.

L'obiettivo da perseguire è certamente quindi la « neutralità climatica » non disgiunta però dalla « neutralità tecnologica ».

La filiera della componentistica *automotive* potrebbe molto agevolmente seguire queste tecnologie e adeguarsi con modesti investimenti, già previsti in altre misure a sostegno della filiera, là dove i *car makers* dovessero perseguirla.

Non si può non tacere dell'impatto sociale di questi profondi cambiamenti: fabbricare auto elettriche richiede investimenti ingenti e risorse umane forse minori rispetto alla produzione di auto tradizionali. Un *mix* di fattori potenzialmente esplosivo e che va quindi controllato e mitigato da misure capaci di sostenere nuovi profili/competenze e professionalità.

Passo al secondo punto.

PRESIDENTE. Le chiedo scusa, devo invitarla a concludere. Ha ancora sostanzialmente un minuto a disposizione. Grazie.

ALFREDO TAFURI, *coordinatore MESAP*. La transizione verso la propulsione elettrica o comunque di nuova generazione richiede, già ora e sempre più in futuro, un diffuso ricorso ai componenti elettronici/semiconduttori quali microcircuiti (*chips*) e microcomponenti elettromeccanici (MEMS).

Lo sviluppo costante di PMI e distretti industriali ha raggiunto posizioni di *leadership* e riconoscimenti in tutti i settori produttivi compreso il comparto manifatturiero. Per questo a buon diritto anche i macchinari e gli apparecchi tecnologici, capaci di coniugare digitalizzazione, elettronica e componenti miniaturizzati (MEMS) meritano di essere inclusi fra i comparti da valorizzare

Il settore dei componenti elettronici miniaturizzati (*chips*, *mems*, sensori) più in generale è fortemente attivo nel territorio piemontese ed in Italia: un'azione per la sua valorizzazione sarebbe di grandissimo aiuto per irrobustire e consolidare la posizione dell'Italia su questi temi specialmente quello delle attrezzature per la prova ed il collaudo dei componenti elettronici

(*chips*) ove già oggi esistono realtà di eccellenza e rilevanza globale.

PRESIDENTE. La invito a concludere. Non so se mi sta sentendo ma devo invitarla nuovamente a concludere perché ha terminato il tempo a disposizione. La ringrazio.

ALFREDO TAFURI, *coordinatore MESAP*. A conclusione ripeto praticamente i punti che già ho indicato, quindi il recepimento nel regolamento di attuazione del *Eu Chips Act* di misure a favore delle PMI e delle produzioni in atto fino alla disponibilità dei prodotti di nuova generazione. Una vasta gamma di componenti di *range* medio basso attualmente in produzione è infatti utilizzata in settori cruciali come *l'automotive* e *l'automazione industriale*.

Queste criticità hanno colpito severamente maggiormente le PMI italiane e piemontesi per le sopracitate difficoltà nelle catene di approvvigionamento. Il perdurare di tali criticità fino alla disponibilità sul mercato dei componenti di nuova generazione porrebbe tali aziende in una insostenibile condizione di «apnea» per un periodo di tempo che oscilla fra i cinque e i dieci anni senza poter beneficiare delle misure previste nel *Chips Act*.

Poi il quarto punto è quello relativo...

PRESIDENTE. Mi perdoni ma deve chiudere. Per equità nei confronti degli altri interventi.

Poi ovviamente potete depositare tutta la documentazione. Le lascio la frase conclusiva. Ma che sia la frase conclusiva. Grazie.

ALFREDO TAFURI, *coordinatore di MESAP*. Si tratta di misure per favorire la partecipazione a fiere ed eventi internazionali.

Potrò fare avere alla Commissione il testo completo di questo intervento che è molto più esaustivo e documentato.

PRESIDENTE. Non essendoci richieste di intervento, ringrazio il rappresentante di MESAP intervenuto per l'esauriente espo-

sizione. Autorizzo la pubblicazione in allegato al resoconto stenografico della seduta odierna della documentazione consegnata dal rappresentante di MESAP (*vedi allegato 1*) e dichiaro conclusa l'audizione.

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
ALBERTO LUIGI GUSMEROLI

Audizione, in videoconferenza, di rappresentanti di CDP *venture capital sgr* – Fondo nazionale innovazione.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, ai sensi dell'articolo 144, comma 1, del Regolamento, l'audizione di rappresentanti di CDP *venture capital sgr* – Fondo nazionale innovazione nell'ambito dell'indagine conoscitiva sul *made in Italy*: valorizzazione e sviluppo dell'impresa italiana nei suoi diversi ambiti produttivi.

Invito chi interviene a volerlo fare sinteticamente, in modo da lasciare più spazio possibile alle domande dei commissari, riservando gli ulteriori approfondimenti ad un eventuale contributo scritto che verrà volentieri acquisito ai lavori della Commissione.

Do la parola a Alessandro Scortecci, *head of strategy & business development* di CDP *venture capital sgr* – Fondo nazionale innovazione, ricordando che il tempo complessivo a disposizione per l'intervento è di circa dieci minuti. Grazie.

ALESSANDRO SCORTECCI, *head of strategy & business development* di CDP *venture capital sgr* – Fondo nazionale innovazione. Buon pomeriggio e grazie per averci convocati in questa audizione, spero che mi possiate sentire. Racconto brevemente l'attività di...

PRESIDENTE. Dottor Scortecci lei ci sente? Noi non solo non la vediamo ma non la sentiamo minimamente.

ALESSANDRO SCORTECCI, *head of strategy & business development* di CDP *venture capital sgr* – Fondo nazionale innovazione. ... un ritardo rispetto ad altri Paesi in

particolar modo Paesi europei come Francia e Germania ma anche...

PRESIDENTE. Dottor Scortecci, scusi se la interrompo ma non abbiamo sentito nulla. Quindi deve aver pazienza, ma purtroppo...

ALESSANDRO SCORTECCI, *head of strategy & business development di CDP venture capital sgr – Fondo nazionale innovazione*. Spero che mi sentiate adesso.

PRESIDENTE. Sì adesso la sentiamo.

ALESSANDRO SCORTECCI, *head of strategy & business development di CDP venture capital sgr – Fondo nazionale innovazione*. Va bene, riparto. Allora dicevo noi siamo una sgr (ovvero una società di gestione del risparmio), CDP *venture capital*, che è stata lanciata a gennaio 2020 su stimolo di Cassa depositi e prestiti e dell'allora Governo per sviluppare il mercato del *venture capital* italiano, che storicamente riscontrava un ritardo abbastanza strutturale rispetto a quello di altri Paesi come appunto Francia, Germania, piuttosto che l'Inghilterra e così via. Siamo quindi partecipati al 70 per cento del capitale da Cassa depositi e prestiti e al 30 per cento da Invitalia. La nostra attività in questi tre anni di vita si è focalizzata nella creazione di un portafoglio di fondi attraverso il quale operiamo e sostanzialmente, avendo individuato in sede di piano industriale dei *gap* quali erano quelli del mercato italiano, abbiamo creato una serie di Fondi che vanno a chiudere questi *gap* coprendo l'intero ciclo di vita delle *start-up* dalla fase di ideazione e cosiddetta *pre-seed* fino alla fase *late stage* ovvero di maturità, quando le *start-up* appunto vanno a raccogliere capitali importanti. Ovviamente operiamo attraverso Fondi diretti che quindi investono direttamente in *start-up* e anche attraverso Fondi indiretti ovvero che investono in Fondi di *venture capital* che a loro volta investono in *start-up*.

Quindi che abbiamo fatto ad oggi? Avendo raggiunto una dimensione di oltre 2 miliardi e 2 di masse gestite, ovvero i

capitali che ci sono stati affidati da Cassa depositi e prestiti, in parte dal Governo e in parte da un numero crescente di investitori privati, abbiamo organizzato, appunto, la nostra attività lungo quattro direttrici.

La prima quella, ovviamente, di creazione della cosiddetta infrastruttura finanziaria del *venture capital*, ovvero l'attività di investimento in Fondi di *venture capital*. Questo perché è importante? Perché in Italia ad oggi ci sono circa 30-40 gestori di Fondi di *venture capital* ovvero un Fondo ogni 300 *start-up*. In Francia questo rapporto è un Fondo ogni 150 *start-up* e i nostri Fondi italiani hanno dimensioni medie che sono circa la metà rispetto a quelle dei Fondi francesi. Quindi c'è bisogno di aumentare il numero di gestori di Fondi attivi nel nostro territorio e anche farli crescere, quindi dargli dotazioni ulteriori. Questo è quello che abbiamo fatto attraverso la nostra piattaforma di Fondo di Fondi che ad oggi, avendo masse gestite di circa 465 milioni, ha più o meno investito già o deliberato investimenti per circa 400 di questi.

La seconda linea di azione è stata quella di sviluppo dell'infrastruttura a sostegno delle fasi *pre-seed* e *seed*, ovvero delle fasi iniziali che sono quelle del trasferimento tecnologico e dell'accelerazione. Qua abbiamo due Fondi dedicati, il primo, appunto al trasferimento tecnologico e il secondo all'accelerazione. Con il primo di questi Fondi abbiamo creato dei poli che sono sostanzialmente degli accordi con i migliori centri di ricerca e le migliori università in determinati ambiti che sono strategici per il Paese, quali la robotica, l'intelligenza artificiale, lo spazio, le scienze della vita, la tecnologia applicata alla sostenibilità e *agritech*. Questi poli ci permettono di andare ad investire nei migliori progetti di ricerca. Quindi quando, per esempio, il ricercatore del Sant'Anna di Pisa che ha una progettualità sulla robotica viene selezionato dal nostro polo, sostanzialmente riceve un finanziamento iniziale che gli permette di validare questa ricerca e fare il cosiddetto POC *proof of concept*. Ovviamente noi facciamo questo finanziamento in cambio di *equity* della futura

start-up che verrà creata, che poi supportiamo nelle fasi di prototipazione industriale e incubazione di *business* e continuiamo ad investire o direttamente attraverso il nostro Fondo *Tech Transfer* o anche attraverso il supporto di altri Fondi gestiti da terzi verticali su questi cinque ambiti, che vi ho elencato prima, e che noi a nostra volta abbiamo finanziato.

Ad oggi questo ci ha permesso appunto di lanciare cinque Poli, di valutare oltre 400 progetti di ricerca e di finanziare circa 20 di questi, innescando un meccanismo virtuoso che sostanzialmente ci permette di attivare quel trasferimento dalla ricerca all'impresa.

Secondo ambito di costruzione appunto dell'infrastruttura nelle fasi *pre seed* e *seed* è quello dell'accelerazione. Con il nostro Fondo Acceleratori che ha una dotazione di oltre 200 milioni, abbiamo sostanzialmente lanciato 18 programmi di accelerazione che sono dei programmi verticali, anche qua dedicati a specifici ambiti. Per esempio *Fintech* che abbiamo fatto a Milano, piuttosto che *Motor Tech Automotive* che abbiamo fatto a Modena, *Zero* che è quello che abbiamo fatto sulla transizione ecologica a Roma.

Tutti questi programmi sono gestiti da dei professionisti, dei soggetti terzi che noi selezioniamo, molto spesso sono dei gestori internazionali che vengono ad operare nel nostro Paese e altrettanto spesso lo fanno assieme a dei gestori italiani che quindi assorbono le *best practices* internazionali. Ovviamente questi gestori portano poi e collaborano con le grosse aziende del nostro tessuto economico e industriale, per cui appunto questi programmi sono localizzati nei territori laddove ci sono le competenze. Prima parlavo di *Motor Tech* a Modena, ovviamente questo è un programma che collabora con Lamborghini, Ferrari, piuttosto che Magneti Marelli ed altre aziende del distretto, e così fanno tutti gli altri. Sostanzialmente questo ci permette di avere accesso a competenze e capacità di tutti i vari distretti industriali e metterle al servizio delle *start-up* che vengono selezionate per partecipare a questi programmi, che quindi oltre al finanzia-

mento e quindi l'investimento che noi diamo alle *start-up* selezionate per partecipare al programma, ovviamente beneficiano del poter stabilire dei contatti e collaborazioni operative con queste aziende che permettono quindi alle *start-up* di farle lavorare, crescere e sviluppare il loro conto economico.

L'ultima direttrice che abbiamo perseguito è quella ovviamente degli investimenti diretti. Qua andiamo a investire direttamente in *start-up*, lo facciamo attraverso una serie di fondi che come dicevo prima coprono un po' tutto lo spettro di vita delle *start-up*. Ad oggi questo ci ha permesso di investire in oltre 300 *start-up* anche qua in ambiti strategici per il Paese come lo spazio, le scienze della vita, la transizione ecologica e così via.

Ovviamente tutto questo lo facciamo a mercato, noi siamo un operatore di mercato quindi siamo altamente selettivi rispetto alle *start-up* nelle quali investiamo. A fronte di 100 *start-up* che valutiamo ne investiamo in una e mezzo, quindi un tasso di investimento dell'uno e mezzo per cento.

Complessivamente la nostra operatività lungo queste quattro direttrici ci ha permesso ad oggi di deliberare investimenti per oltre un miliardo e quindi avere un impatto importante sull'ecosistema che si vede anche nell'attrazione di capitali, ogni euro che noi investiamo in una *start-up* attrae 3,6 euro dal mercato in termini di investimenti, ogni euro che investiamo in un Fondo di *venture capital* attrae, sempre sotto forma di investimenti, 2,7 euro. *In ultimis* ha portato, o ha contribuito direi, a uno sviluppo del mercato del *venture capital* che dal 2020 quando era a circa 500-600 milioni di euro di investito complessivo, è arrivato a circa 2,2 miliardi al 2022.

Mi fermerei qua, credo che il mio tempo sia scaduto.

PRESIDENTE. Non essendoci richieste di intervento, ringrazio il rappresentante di CDP *venture capital* sgr – Fondo nazionale innovazione intervenuto per l'esauriente esposizione e dichiaro conclusa l'audizione.

Audizione di rappresentanti del Ministero del turismo.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, ai sensi dell'articolo 144, comma 1, del Regolamento, l'audizione di rappresentanti del Ministero del turismo nell'ambito dell'indagine conoscitiva sul *made in Italy*: valorizzazione e sviluppo dell'impresa italiana nei suoi diversi ambiti produttivi.

Invito chi interviene a volerlo fare sinteticamente, in modo da lasciare più spazio possibile alle domande dei commissari, riservando gli ulteriori approfondimenti ad un eventuale contributo scritto che verrà volentieri acquisito ai lavori della Commissione.

Do la parola a Alessandro Verrico, *capo ufficio legislativo del Ministero del turismo*, ricordando che il tempo complessivo a disposizione per l'intervento è di circa dieci minuti. Grazie.

ALESSANDRO VERRICO, *capo ufficio legislativo del Ministero del turismo*. Grazie presidente. Una premessa riguardo all'importanza del turismo per la crescita socio economica del Paese. È ormai certo che l'aumento del flusso turistico determina degli effetti importanti in tutti i settori economici, tale da amplificare l'impatto degli investimenti in termini di PIL e di occupazione. È altrettanto noto come l'Italia sia uno dei Paesi più visitati al mondo, questo sia per numero di arrivi che per numero di presenze. Nell'anno 2019 è stato raggiunto il massimo risultato, parliamo di 131,4 milioni di arrivi e 436,7 milioni di presenze negli esercizi ricettivi.

Il *trend* è stato in aumento nel triennio dal 2016 al 2019 e poi si è interrotto ovviamente con la crisi pandemica. Il *trend* ha ricominciato però ad incrementare nel 2021, per poi raggiungere degli ottimi risultati nel 2022. Questa tendenza in aumento porta a delle previsioni per il 2023 che dovrebbero portare un sorpasso rispetto ai risultati del 2019.

L'importanza del turismo per il l'intera economia, e quindi per il *made in Italy* in generale, deriva dal fatto che il turismo ha una politica trasversale alle altre politiche del Governo.

Un incentivo al turismo, un incremento del turismo, determina ovviamente dei risultati positivi anche negli altri settori. Basti pensare al settore manifatturiero con la moda e il *design*, ai prodotti alimentari, enologici e agricoli, così come anche le manifestazioni sportive, i grandi eventi, le manifestazioni fieristiche, gli eventi congressuali. Ogni evento tra questi citati determina comunque sia un maggior afflusso dall'estero e quindi determina degli importanti risultati in tutto l'indotto.

Uno degli obiettivi del Ministero del turismo attualmente è quello di portare una promozione del marchio Italia nel suo complesso come marchio unitario e identificativo dell'intera Nazione. Il marchio Italia ricordiamo che rappresenta il terzo marchio al mondo, quindi al pari di un marchio ovunque noto come quello della Coca Cola, il marchio Italia ha una importanza uguale, di conseguenza è necessario che l'Italia venga pubblicizzata e promossa all'estero in maniera unitaria senza frammentazioni, quindi, tra le varie regioni.

La promozione del marchio Italia avviene attraverso ENIT, ovviamente con il coordinamento delle regioni che da questo punto di vista sono fondamentali per valorizzare le realtà territoriali in quanto maggiormente a conoscenza della situazione territoriale.

Un esempio in questo senso è sicuramente la campagna di promozione #ThisIsIschia che il Ministero del turismo ha realizzato attraverso ENIT, lanciata il 29 dicembre 2022, che consiste in una narrazione fotografica realizzata mediante gli scatti di giovani ischitani e si focalizza sulla grande bellezza rimasta intatta anche a seguito degli eventi calamitosi di novembre. Questo per evitare che una crisi climatica calamitosa possa determinare anche una crisi nel settore turistico che rappresenta la principale economia dell'isola. La campagna promozionale #ThisIsIschia poi ha avuto un seguito anche nel febbraio 2023 in occasione della BIT, la Borsa internazionale del turismo, con promozione anche nella Metro di Milano e in due grandi piazze italiane una di Roma e una di Milano. Così come anche sui treni Freccia Rossa dove

vengono trasmessi i video, o meglio la carrellata di foto negli schermi video.

La finalità, ripeto, è sempre quella di dare una promozione univoca della penisola che coinvolga tutti gli appassionati dell'isola e dell'Italia. A margine della BIT si è svolta peraltro una tavola rotonda di confronto con i ministri e rappresentanti di Stati del continente africano, di alcuni Stati insulari dei Caraibi e dell'Oceano Indiano, sui temi della sostenibilità e anche al fine di promuovere la candidatura di Roma per ospitare *l'Expo* del 2030.

La strategia di promozione integrata, che è stata attuata in queste occasioni, è sostanzialmente incentrata sul valorizzare l'essere e il saper fare degli italiani in modo da valorizzare poi le eccellenze del *made in Italy* nelle sue varie dimensioni.

La promozione unica dell'Italia all'estero ha avuto poi un'ulteriore dimostrazione proprio ieri, 7 marzo 2023, quando è stata lanciata la campagna promozionale *This is Italy* in occasione della ITB di Berlino. Le politiche del turismo trovano poi attuazione nel Piano strategico del turismo per il quinquennio 2023-2027, un piano strategico che è stato approvato in sede di Conferenza permanente Stato-regioni lo scorso 2 marzo 2023 e che verrà presentato presto dinanzi alle Commissioni competenti della Camera dei deputati e del Senato. Il Piano strategico del turismo si fonda su cinque pilastri strategici, in primo luogo la *governance* che consiste sostanzialmente in un processo di gestione e monitoraggio delle politiche condiviso tra Stato e regioni. Come detto è fondamentale un coordinamento dello Stato ma è altrettanto fondamentale una partecipazione, un contributo da parte delle regioni.

Il secondo pilastro riguarda l'innovazione, e qui il *focus* sulla digitalizzazione dei servizi su cui se è consentito farò un passaggio successivamente.

Un terzo pilastro riguarda la qualità e l'inclusione che si sviluppa sotto vari aspetti: lo sviluppo delle infrastrutture e della mobilità, come detto la promozione del *brand* Italia, una revisione degli *standard* di qualità, inclusione delle strutture ricettive (al riguardo è in preparazione un decreto mi-

nisteriale) così come la creazione di un sistema di credito e di finanziamenti in favore delle imprese del comparto turistico.

Quarto pilastro del piano strategico la formazione e le carriere professionali turistiche. L'obiettivo è quello di realizzare un accrescimento della qualità dei professionisti del turismo e qui è importante la riforma delle guide turistiche che sta per essere presentata, così come la formazione di una scuola di eccellenza per rendere appunto più elevata la formazione dei vari attori del settore turistico e così anche i percorsi di formazione e aggiornamento.

Quinto ed ultimo pilastro del piano strategico la sostenibilità, al fine di valorizzare percorsi di visita turistici maggiormente sostenibili o anche più esclusivi.

I modi in cui realizzare il piano strategico sono sostanzialmente tre. Da una parte, come detto, il ruolo delle regioni. Questo della collaborazione con le regioni, che ha avuto un primo banco di prova importante durante il periodo pandemico, deve diventare un modello permanente e condiviso di *governance* e monitoraggio. Il secondo modo per attualizzare è quello della digitalizzazione, un terzo pilastro è il ruolo della comunicazione, tant'è che il Piano strategico non è un piano chiuso ma è aperto, e appunto in occasione della implementazione del piano sarà possibile rimettere mano ad esso e in qualche modo attualizzarlo.

Le politiche del turismo ovviamente si fondano su dei supporti finanziari che trovano soprattutto nelle misure del PNRR il riferimento principale. Parliamo di 2,4 miliardi di euro stanziati per il turismo, finalizzati ad accrescere la competitività delle imprese, migliorare le strutture ricettive e servizi collegati, sostegno al credito e incentivi fiscali a favore delle piccole e medie imprese, la sostenibilità ambientale, l'innovazione e la digitalizzazione dei servizi.

Proprio con riferimento alla digitalizzazione un discorso a sé va fatto per il *Digital Tourism Hub* che è uno degli obiettivi del PNRR ed è funzionale a una promozione digitale, unitaria e coordinata del Paese,

sempre da intendersi come volano per il *made in Italy*.

Il *Digital Tourism Hub* viene sostanzialmente realizzato mediante una piattaforma multicanale che trova come strumento principale quello del portale *Italia.it* la cui titolarità recentemente è passata completamente in capo al Ministero del turismo. Si tratta di una piattaforma che viene implementata dagli stessi attori del turismo, non solo *partner* pubblici ma anche *partner* privati, gli stessi *stakeholder* potranno accedere al portale e introdurre contenuti. Questo al fine di dare una massima informazione sempre unitaria per il turista che intende pianificare appunto un viaggio in Italia. Rappresenta uno strumento che è un sostegno non solo al turista ma anche allo sviluppo delle eccellenze italiane, le eccellenze del *made in Italy*, e consente una significativa riduzione anche dei costi sostenuti dalle imprese per la promozione digitale dell'offerta.

L'impegno del Ministero del turismo sulla promozione del *made in Italy* trova una testimonianza anche nella partecipazione al CIMIM, Comitato interministeriale per il *made in Italy* nel mondo istituito con decreto-legge n. 173 del 2022, col compito di indirizzare e coordinare le strategie in materia di promozione e internazionalizzazione. Ulteriori testimonianze poi le abbiamo appunto nella partecipazione e nella valorizzazione delle competizioni sportive, dei grandi eventi e una menzione particolare va data poi al turismo legato a fiere e congressi.

Il mercato dei congressi in effetti rappresenta un settore chiave di sviluppo per il comparto turistico nazionale e per questo motivo il Piano strategico del turismo individua appunto il settore dei congressi con la finalità di portarlo in maniera sistemica e strutturata nell'industria del turismo. In effetti il turismo dei congressi è importante anche per le piccole e medie imprese che hanno una vetrina verso l'esterno, verso l'internazionalità. Grazie.

PRESIDENTE. Non essendoci richieste di intervento, ringrazio il rappresentante del Ministero del turismo per l'esauriente esposizione e dichiaro conclusa l'audizione.

Audizione di rappresentanti del Ministero delle imprese e del *made in Italy*.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, ai sensi dell'articolo 144, comma 1, del Regolamento, l'audizione di rappresentanti del Ministero delle imprese e del *made in Italy* nell'ambito dell'indagine conoscitiva sul *made in Italy*: valorizzazione e sviluppo dell'impresa italiana nei suoi diversi ambiti produttivi.

Invito chi interviene a volerlo fare sinteticamente, in modo da lasciare più spazio possibile alle domande dei commissari, riservando gli ulteriori approfondimenti ad un eventuale contributo scritto che verrà volentieri acquisito ai lavori della Commissione.

Do la parola a Giulio Veltri, *capo ufficio legislativo del Ministero delle imprese e del made in Italy*, ricordando che il tempo complessivo a disposizione per l'intervento è di circa dieci minuti. Grazie.

GIULIO VELTRI, *capo ufficio legislativo del Ministero delle imprese e del made in Italy*. Grazie presidente. Ho tenuto ad essere qui quest'oggi per esprimere il mio apprezzamento per quello che state facendo, è un lavoro che stiamo seguendo con grande interesse. È un ottimo esempio di cooperazione fra Parlamento e Governo e ne faremo tesoro per comprendere meglio e decidere meglio insieme a voi.

Il compito del Governo non è facile, bisogna elaborare un disegno di legge organico sulla valorizzazione e la tutela del *made in Italy*. Tendo a sottolineare organico, perché è il carattere distintivo dell'opera che ci apprestiamo a fare, siamo cioè chiamati a svolgere un lavoro che implichi un esame complessivo, il vaglio di una serie di misure che affrontino organicamente il tema nelle sue dimensioni istituzionali, culturali, produttive, alimentari. Nonostante quello che ho detto però è parimenti importante sottolineare che occorre delimitare il campo, occorre delimitarlo bene e occorre capire cosa sta dentro e cosa sta fuori, almeno a nostro avviso.

Quindi devo ricordare che in questi giorni è all'esame del Senato il disegno di legge di

revisione del codice della proprietà industriale. Un disegno di legge che si propone di rafforzare la competitività del sistema Paese, la protezione della proprietà industriale, che si snoda attraverso un rafforzamento dei diritti di proprietà industriale attraverso un percorso di agevolazione del trasferimento delle conoscenze dalla ricerca, all'industria, il rafforzamento e la promozione dei servizi innovativi.

Al contempo è appena arrivato al Senato il disegno di legge delega sugli incentivi. A nostro avviso si tratta di una riforma epocale che affronterà in radice e nel suo complesso le tematiche dell'incentivazione intesa come fondamentale strumento di politica industriale, sicché si vaglieranno misura per misura, se ne valuterà l'impatto per capire quanto queste misure hanno prodotto in termini di investimento, in termini di accrescimento dell'occupazione e di accrescimento dell'economia del Paese, per capire quali misure meritano di restare quali invece meritano di essere accorpate o di essere eliminate.

Quindi un'opera che avrà una fase di ricognizione e una fase di selezione e soprattutto, si confida, godrà di un coordinamento con le regioni, con la finanza regionale che sapete in questo ambito è una finanza derivata da quella europea ed è consistente economicamente. Sicché coordinarla con la finanza statale in modo da raggiungere in maniera coordinata l'obiettivo sarà senz'altro incisivo e determinante per il successo dell'iniziativa.

Quindi da una parte proprietà industriale, componente essenziale della valorizzazione e della tutela del *made in Italy*, e dall'altra parte incentivazione mirata e quindi strumento di sostegno per l'industria italiana, per l'artigianato italiano. Sicché noi abbiamo già eretto due pilastri fondamentali che affrontano la dimensione generale del *made in Italy*. Quindi il campo che vorremmo in qualche modo coltivare con il nostro disegno di legge organica non dovrebbe interessare questi aspetti ma concentrarsi più specificatamente su temi quali l'internazionalizzazione, la formazione scolastica finalizzata al rapido ingresso nelle strutture produttive, la preservazione del

patrimonio di conoscenze e abilità che caratterizzano alcune produzioni, la corretta informazione ai consumatori, le specificità di alcuni settori a cui è storicamente legata l'immagine di eccellenza, il *brand* italiano. Ciò anche al fine di rimuovere ostacoli di ordine burocratico e valorizzare alcune filiere che potrebbero trovare sostegno specifico non tanto dal punto di vista dell'investimento ma dell'ecosistema, e nel Fondo per il *made in Italy* (che voi sapete essere dotato di 100 milioni di euro) che è stato previsto dalla legge di bilancio proprio per dare sostanza e incisività a questo disegno di legge che portiamo avanti.

Abbiamo già avviato le prime interlocuzioni con il MAECI (Ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale), con il MASAF (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste), con i Ministeri della cultura e del turismo sulla base di un sommario, un indice ancora appena abbozzato di temi rilevanti, che stiamo facendo seguendo le vostre audizioni. L'obiettivo è quello di creare una visione di sistema che tragga linfa dall'esperienza delle amministrazioni centrali e anche delle regioni, penso a tutta l'attività fatta dalle regioni sulla internazionalizzazione delle imprese, e traendo spunto anche dalle questioni che sono emerse durante queste audizioni. L'obiettivo è quello di giungere intorno a metà aprile ad un disegno di legge che trovi, anche per il tramite della Conferenza unificata, una condivisione con le regioni e gli enti locali.

Ma veniamo ai temi di sostanza e direi di partire per importanza da quello dell'internazionalizzazione. Dal punto di vista istituzionale un primo passo importante lo abbiamo già fatto, in verità, introducendo il *made in Italy* nella stessa denominazione, nella ragione sociale, potremmo dire, del Ministero delle imprese e, appunto, del *made in Italy*, a cui si è accompagnata, in forza della previsione del « decreto-legge Ministeri », l'istituzione di un Comitato interministeriale per il *made in Italy* nel mondo il cosiddetto CIMIM (questo l'acronimo) con il compito di organizzare, condividere ed elaborare strategie in materia

di promozione e internazionalizzazione delle imprese.

Il CIMIM è un organo composto dal Ministro degli affari esteri, dal Ministro delle imprese e del *made in Italy* che lo co-presiedono e dal Ministro dell'economia e finanza, dal Ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste e dal Ministro del turismo. Le funzioni sono funzioni di strategia, sono funzioni di coordinamento e sono tutte quante dirette a favorire l'internazionalizzazione delle imprese, il sostegno delle imprese che rimangono colpite da dazi nell'*export* verso altri Paesi, per favorire il trasferimento dello sviluppo tecnologico e per superare eventuali ostacoli e ritardi nella realizzazione di priorità che sono indicate in sede europea.

Il CIMIM si affianca alla cabina di regia che era già esistente secondo un disegno che va dal generale al particolare. Il CIMIM dovrebbe, nella nostra idea, elaborare le strategie; la cabina di regia dovrebbe in qualche modo farle proprie e declinarle in contenuti più concreti.

In questo ambito quello che c'è da fare secondo me è mettere a sistema gli operatori istituzionali che già esistono, e penso a ICE, penso alle Camere di commercio italiane e all'estero, oltre ovviamente all'Amministrazione centrale e alle regioni in modo da ottenere sinergia nelle azioni verso l'obiettivo primario della crescita e della valorizzazione del *made in Italy* sia sui mercati nazionali che internazionali.

In ordine alla valorizzazione del *brand* Italia, questo è il tema che più affascina, più è suggestivo nell'approccio al *made in Italy*, bisogna dare atto che l'approccio normativo sin qui mantenuto è costellato da una serie di fallimenti, da una serie di tentativi quantomeno vani, inidonei perché sono tentativi che in qualche modo hanno cercato di forzare il concetto di origine non preferenziale delle merci (contenuto nel codice doganale) per sfruttarlo a fini commerciali o ancora hanno cercato di forzare il contenuto dell'etichetta cercando di introdurre il concetto di origine in modo da diffondere e rendere evidente e tutelabile la italianità del prodotto.

Ma la Commissione UE e la Corte di giustizia si sono sempre opposte a questi tentativi perché è evidente che dal loro punto di vista costituiscono un attacco al mercato interno, il mercato interno che è stato costruito proprio per superare la diffidenza dei consumatori dei vari Paesi verso ciò che viene da fuori, ciò che viene dall'estero e che si conosce poco.

Tuttavia è parimenti innegabile che ormai a distanza di quarant'anni dalle sentenze storiche alla Corte di giustizia sui casi dei *souvenir* e della bigiotteria irlandese, il tema dell'origine continua ad essere un tema drammaticamente sentito, che interessa l'informazione ai consumatori e conserva una sua attualità. Perché oggi, bisogna dircelo chiaramente, la scelta di un prodotto non è soltanto la scelta di un qualcosa di materiale ma ingloba in sé anche elementi virtuali, valoriali, tra i quali indubbiamente assume rilievo la localizzazione del luogo di produzione. La scelta del prodotto è il modo del consumatore di esprimere le proprie scelte etiche, le proprie scelte valoriali, di contribuire al progresso di un Paese ad un indirizzo socio economico dello stesso, sicché il problema non può essere sicuramente sminuito, deve essere affrontato.

Le soluzioni normative però non sono affatto facili. Ovviamente il settore agroalimentare è stato già interessato da normative che hanno in gran parte risolto questa tematica, mi riferisco all'IGP e DOP, che hanno legato le produzioni alla localizzazione geografica delle stesse ed hanno previsto che l'etichetta potesse in qualche modo dar conto dell'origine, anzi in alternativa anche del luogo di provenienza. Quindi l'obiettivo di informare il consumatore correttamente nell'ambito agroalimentare è stato raggiunto. Piuttosto in quell'ambito rimane, a nostro avviso, il problema del come si debba informare il consumatore, perché ciò che ci preoccupa è ad esempio l'approccio dei francesi in vista di quella che sarà la regolamentazione europea della nuova etichetta che si occuperà anche dei profili di salute, dei profili di qualità degli alimenti. Voi sapete che la Francia ha proposto un sistema che si chiama *Nutri-score*

che dovrebbe essere tra gli standard che la Commissione potrebbe esaminare al fine di renderle applicabili in tutti quanti i Paesi. Uno standard che però penalizza fortemente i prodotti di eccellenza provenienti dall'Italia. Sicché il MIMIT ha elaborato, insieme al MAECI, insieme al MASAF, un diverso standard che è il *NutrInform* che è basato non sulla logica semaforica, verde, rosso, va bene, non va bene (vi ricordo che sul Parmigiano attualmente c'è il rosso applicando il semaforo francese). Bene, il *NutrInform* invece è un sistema che rende esplicito, chiaro qual è il contenuto calorico del prodotto, i contenuti organolettici del prodotto, qual è la dose consigliata. L'idea del MIMIT è che bisogna puntare su questo prodotto, renderlo conoscibile e applicabile in altri Stati, anche eventualmente finanziandone la diffusione, in modo che la Commissione UE abbia sotto gli occhi anche questo standard e la sua qualità.

Vi dicevo, rimane il problema di come tutelare invece l'italianità dei prodotti industriali e artigianali, dove pure si pone un problema di indicazione geografica. Su questo versante, ferma la strada dello schema di certificazione volontaria che però non gode di un sistema di protezione, un aiuto potrebbe derivare dalla proposta di regolamento sull'IGP industriale e artigianale che è in fase di discussione in Europa. In sostanza questa proposta tende a trasferire, a mutuare più che trasferire, il sistema dell'IGP invalso nei prodotti agroalimentari anche a quelli industriali e artigianali, che però abbiano un legame stretto col territorio. Mi riferisco al vetro di Murano, al marmo di Carrara, cioè tutti quei prodotti che sono legati ad una loro provenienza geografica che ne segna anche la reputazione.

Ebbene la Commissione UE sta valutando questa possibilità, che noi ovviamente raccogliamo con grande *favor*, e sicché potremmo anche pensare di cominciare a fare una prima ricognizione di quali sono le realtà italiane che ben si confanno a questo schema, e cominciare ad approntare le prime misure regolatorie, quantomeno a dare una tutela anche effettiva, con titoli che sono molto simili a quelli della

proprietà industriale, quando la produzione sia veramente collegata ad una provenienza geografica.

Mi avvio alla chiusura. Un ulteriore aiuto per risolvere il problema della provenienza e del collegamento della qualità al luogo di produzione è certamente la *blockchain*. La tecnologia della quale tutti quanti parlano e che si presterebbe in maniera elettiva a tracciare le fasi del prodotto, ivi comprese quelle geografiche, sembrerebbe avere un enorme potenziale ed è in fase di sperimentazione. Ciò che è certo è che non ha ancora raggiunto la massa critica tale da potere essere generalizzata nella sua applicazione. Noi vogliamo investirci su questa tecnologia per far sì che, diciamo, il *made in Italy* sia in prima fila nell'utilizzo della *blockchain* e possa essere il grimaldello che porta la *blockchain* nell'industria italiana.

Ultimo tema, e poi mi taccio, la formazione. Estremamente importante per noi la formazione e quindi un posto, in questo disegno di legge, dovrà certamente averlo. Perché il *made in Italy* non può che passare attraverso la creazione di una nuova classe di giovani che abbiano una forte cultura imprenditoriale ma anche una forte qualificazione già al momento del diploma, sì che possano entrare rapidamente nelle file del *made in Italy* che conta.

Ovviamente pensiamo a licei che possano avere sedi presso i distretti italiani più importanti, che possano essere coordinati dal MIMIT e possano essere, in un certo senso, adottati dagli imprenditori che rappresentano l'eccellenza del *made in Italy* in maniera che il trasferimento dalla scuola alla struttura produttiva sia veloce, immediato ed effettivo, perché c'è un grande fabbisogno che non viene soddisfatto.

Questo è il tema dei temi e qui mi fermo.

PRESIDENTE. Grazie dottor Veltri. La ringrazio perché è stata veramente una audizione molto utile, esaustiva e che sicuramente potrà essere utile a tutti i Commissari per il documento finale.

Non essendoci richieste di intervento, ringrazio nuovamente i rappresentanti del Ministero delle imprese e del *made in Italy* per l'esauriente esposizione. Autorizzo la

pubblicazione in allegato al resoconto stenografico della seduta odierna della documentazione consegnata dai rappresentanti del Ministero delle imprese e del *made in Italy* (vedi allegato 2) e dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 15.45.

*Licenziato per la stampa
il 4 aprile 2023*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO

ALLEGATO 1

Torino, 08 marzo 2023

Buongiorno sig. Presidente, signori Onorevoli Deputati

MESAP ha accolto con piacere e soddisfazione il coinvolgimento nell'indagine conoscitiva relativa al Made in Italy, occasione per illustrare le caratteristiche del nostro "ecosistema" e indicare alcune criticità che affiggono e limitano soprattutto le PMI (di cui ci facciamo portavoce).

Io sono Alfredo Tafuri e attualmente svolgo la funzione di coordinatore del Polo d'innovazione della Regione Piemonte MESAP, l'ing. Guido Ceresole con me oggi mi sostituirà a breve nell'incarico e l'ing. Paolo Dondo è il Technology Manager.

Un breve profilo del Polo MESAP contribuirà a chiarire perché MESAP è qui ora. MESAP, oggi parte del Sistema dei Poli della Regione Piemonte, è attivo da oltre 10 anni con il POR FESR 2007 – 2013. La ragion d'essere del polo è promuovere e favorire il trasferimento tecnologico dagli ENTI DI RICERCA e dalle grandi AZIENDE verso le PMI del territorio per incrementare la loro capacità competitiva. (*vedi slide*)

Le principali azioni sono il creare momenti di incontro fra i *technology provider* (Università, centri di ricerche, imprese) ed i *technology user* e favorire la partecipazione delle aziende a bandi per finanziamenti a progetti di innovazione e sviluppo anche attraverso la costituzione di partenariati.

Il Polo MESAP opera in stretta collaborazione con il Competence center CIM 4.0, primo in Italia, oggi nei locali del Politecnico, culla dello sviluppo e delle innovazioni tecnologiche in ambito automotive e manufacturing; collabora anche con Digital Innovation Hub Piemonte per promuovere l'assessment e la crescita digitale delle nostre PMI ; per quanto attiene alla formazione collabora poi con la fondazione dell'ITS (istituto tecnologico superiore) Mobilità Sostenibile, Meccatronica / Aerospazio presso la Scuola Camerana e con l'associazione APRE (associazione per la promozione della ricerca europea) per citarne solo alcuni.

E' ancora rappresentante della Regione nei cluster tecnologici nazionali Trasporti e Fabbrica Intelligente.

La nostra presentazione si articolerà su cinque temi specifici sui quali potrà costruttivamente operare uno strumento legislativo che sviluppi e tuteli le nostre eccellenze. (*vedi slide*)

I temi sono:

- Misure a favore della filiera della componentistica automotive per sostenere e accelerare la ristrutturazione produttiva verso le nuove forme di alimentazione dei MCI (motori a combustione interna).
- L'estensione delle tutele per contrastare una concorrenza agguerrita anche al settore dell'elettronica e dei semiconduttori ed in particolare delle macchine ed attrezzature per il collaudo dei microchip.
- Il recepimento nel regolamento di attuazione del EU Chips Act di misure a favore delle PMI e delle produzioni in atto fino alla disponibilità dei prodotti di nuova generazione.
- Misure a favore di interventi di formazione a tutti i livelli (professionale, universitario, dottorato) per colmare la mancanza di risorse competenti e capaci e non solo in area tecnica
- Misure per favorire ulteriormente la conoscenza e la diffusione all'estero anche di queste linee di prodotti attraverso comunicazione specialistica e fiere

1) MISURE A FAVORE DELLA FILIERA DELLA COMPONENTISTICA AUTOMOTIVE PER SOSTENERE E ACCELERARE LA RISTRUTTURAZIONE PRODUTTIVA VERSO LE NUOVE FORME DI ALIMENTAZIONE DEI MCI (MOTORI A COMBUSTIONE INTERNA).

Fra le nostre associate molte sono le aziende attive nel settore dell'automotive, dell'elettronica (hardware e software) e dei semiconduttori che sono già oggi eccellenze nel loro settore: questa eccellenza però non è sempre conosciuta e riconosciuta sia localmente che a livello globale benché l'Italia sia il paese delle eccellenze in particolare delle cosiddette "4 A": **A**bbigliamento, **A**groalimentare, **A**rredamento e **A**utomobili, elementi che iconograficamente rimandano alla bellezza.

Ma non sono le uniche! l'Italia ha infatti una rinomata vocazione tecnica, scientifica e manifatturiera testimoniata dalle nostre eccellenze che riscuotono successo anche all'estero.

(Secondo uno studio di mercato realizzato da Statista in Made-InCountry-Index (MCI) 2017 e pubblicato da Forbes il 27/03/2017, Made in Italy era censito al 7° posto in termini di reputazione tra i consumatori di tutto il mondo).

KPMG, censiva nel 2012 il Made in Italy quale terzo marchio al mondo per notorietà dopo Coca Cola e Visa.

Una tra le azioni utili per sostenere le Aziende nel superamento di alcune fra le attuali difficoltà, (oneri amministrativi e burocratici, esiziali in settori ad alta ed altissima velocità di sviluppo, e difficoltà nel reperire risorse umane adeguatamente formate e capaci) può giungere da normative che tutelino la provenienza geografica dei prodotti. Un efficace contrasto all'Italian sounding e ad ogni forma di falsificazione che associa ad altre nazioni il perseguimento della ricerca, dello sviluppo di nuovi prodotti e processi produttivi nei sopra citati campi dell'elettronica e dell'automazione, della qualità e dell'affidabilità contribuirebbe a questo fine.

Un esempio tra tutti è la normativa europea che mette al bando le automobili con motori a combustione interna, anche se la sua attuazione è stata sospesa. Questa normativa, di fatto, genera una fortissima dipendenza europea e quindi italiana dai paesi produttori di materie prime per la costruzione di batterie e motori elettrici: ancora una volta si rende per contro necessaria la tutela della produzione *Made in Italy!*

A partire dal 1° gennaio 2035 i grandi costruttori di automobili non avrebbero potuto più vendere veicoli che producono emissioni di anidride carbonica allo scarico: potevano essere prodotte e immatricolate solo le automobili elettriche. L'EU

riconosce la natura inquinante di benzina e diesel di origine fossile ma non quella del motore a combustione in sé: ciò lascia virtualmente la porta aperta alla produzione e immatricolazione di auto a combustione interna purché alimentate da idrogeno verde (che assicura le agognate emissioni zero di CO₂ allo scarico) o carburanti sintetici climaticamente neutri.

L'Unione prosegue, dunque, il suo cammino verso l'obiettivo dichiarato della "neutralità climatica", con misure che puntano a ridurre le emissioni di CO₂ e a raggiungere la neutralità carbonica entro il 2050.

Tuttavia sono previste alcune "tappe intermedie" nel 2025, 2026 e 2030.

Entro il 2030, uno dei target è ridurre del 55%, rispetto ai valori del 2021, le emissioni di CO₂ *generate dalle automobili* e andare verso l'azzeramento completo nel 2035.

Nel 2025 la Commissione Europea dovrà presentare una metodologia per valutare e comunicare i dati sulle emissioni di anidride carbonica generate durante l'intero ciclo di vita delle autovetture (cioè prendendo in considerazione pure l'impatto climatico generato dalla produzione e dallo smaltimento e non solo le emissioni di CO₂ allo scarico) vendute sul mercato dell'UE. Entro dicembre 2026, poi, Bruxelles dovrà monitorare il divario tra i valori limite di emissione e i dati reali sul consumo di carburante ed energia, trovando una quadra fra i target ambientali, sociali e industriali. Sempre dal 2025, infine, la Commissione dovrà pubblicare, con cadenza biennale, una relazione per valutare i progressi compiuti verso la mobilità a zero emissioni.

Sono queste considerazioni che meritano attenzione perché i diversi esiti delle verifiche intermedie del 2025, 2026 e 2030 potranno avere impatti positivi o devastanti sulla filiera della componentistica.

La auspicata "neutralità climatica" può essere conseguita quindi come detto anche con motori a combustione interna alimentati ad idrogeno "verde" o a combustibili sintetici: ha senso affrontare questo argomento in questa sede perché il nostro territorio ed alcune aziende del nostro ecosistema sono già oggi dotate di notevoli competenze in questi settori. Il Polo CLEVER, altro polo d'innovazione della Regione Piemonte con cui collaboriamo, è focalizzato sulle tecnologie green per la nascita della Hydrogen Valley, per altro riconvertendo aree industriali dismesse e generando un circolo virtuoso ambientale e produttivo.

L'idrogeno è alla base per la produzione dei carburanti sintetici, anche chiamati "e-fuel". Sono benzina e diesel carbon neutral, cioè a impatto di carbonio sull'ambiente

prossimo allo zero: quindi, con la loro combustione non viene immessa nell'atmosfera anidride carbonica aggiuntiva rispetto a quella già esistente. Per sintetizzarli si parte dall'idrogeno verde, ricavato dall'acqua tramite elettrolizzatori alimentati a energia rinnovabile (eolico, fotovoltaico, etc.) che viene successivamente combinato con l'anidride carbonica catturata nell'atmosfera per produrre metanolo da convertire in benzina, gasolio o cherosene (usato in campo aeronautico).

La benzina carbon neutral che sta producendo la Porsche insieme a Enel Chile, Siemens Energy e altri ha già un prezzo inferiore ai 2 dollari al litro. *(Per Michael Steiner, responsabile Ricerca e Sviluppo della Porsche, "il potenziale degli e-fuel è enorme. Attualmente ci sono più di 1,3 miliardi di veicoli con motori a combustione interna in tutto il mondo. Molti di questi rimarranno sulle strade per i decenni a venire e gli e-fuel offrono ai loro proprietari un'alternativa quasi a emissioni zero")*.

L'obiettivo da perseguire è certamente quindi la "neutralità climatica" non disgiunta però dalla "neutralità tecnologica".

La filiera della componentistica automotive potrebbe molto agevolmente seguire queste tecnologie e adeguarsi con modesti investimenti, già previsti in altre misure a sostegno della filiera, là dove i car makers dovessero perseguirla

Non si può non tacere dell'impatto sociale di questi profondi cambiamenti: fabbricare auto elettriche richiede investimenti ingenti e risorse umane forse minori rispetto alla produzione di auto tradizionali. Un mix di fattori potenzialmente esplosivo e che va quindi controllato e mitigato da misure capaci di sostenere nuovi profili/competenze e professionalità.

Un esempio del paventato effetto è la decisione di Ford che ha annunciato 3.800 licenziamenti, di cui 2.300 solo in Germania, per via della progressiva adozione delle vetture elettriche. Contestualmente ha ufficializzato il lancio di un investimento da 3,5 miliardi di dollari per la costruzione di un impianto per batterie in Michigan, in collaborazione con la cinese CATL. Questo scenario si prospetta al comparto automotive locale e nazionale, che vale un indotto da oltre 700 aziende (il 33,3% di 2.202 presenti sul territorio nazionale) per un fatturato di circa 17 miliardi l'anno; realtà che danno lavoro a quasi 60 mila persone. *(vedi slide)*

Come detto lo sviluppo delle tecnologie basate sull'idrogeno può compensare le produzioni cessanti per le aziende della filiera della componentistica automotive.

2) L'ESTENSIONE DELLE TUTELE PER CONTRASTARE UNA CONCORRENZA AGGUERRITA ANCHE AL SETTORE DELL'ELETTRONICA E DEI SEMICONDUTTORI ED IN PARTICOLARE DELLE MACCHINE ED ATTREZZATURE PER IL COLLAUDO DEI MICROCHIP.

La transizione verso la propulsione elettrica o comunque di nuova generazione richiede, già ora e sempre più in futuro, un diffuso ricorso ai componenti elettronici/semiconduttori quali microcircuiti (chips) e microcomponenti elettromeccanici (MEMS).

Lo sviluppo costante di PMI e distretti industriali ha raggiunto posizioni di leadership e riconoscimenti in tutti i settori produttivi compreso il comparto manifatturiero. Per questo a buon diritto anche i macchinari e gli apparecchi tecnologici, capaci di coniugare digitalizzazione, elettronica e componenti miniaturizzati (MEMS) meritano di essere inclusi fra i comparti da valorizzare

Il settore dei componenti elettronici miniaturizzati (chips, mems, sensori) più in generale è fortemente attivo nel territorio Piemontese ed in Italia: un'azione per la sua valorizzazione sarebbe di grandissimo aiuto per irrobustire e consolidare la posizione dell'Italia su questi temi specialmente quello delle attrezzature per la prova ed il collaudo dei componenti elettronici (chips) ove già oggi esistono realtà di eccellenza e rilevanza globale, note anche come "star company", che assicurano la sovranità tecnologica all'Italia e all'Europa.

È cruciale considerare nel campo di applicazione del Chips Act non solo i produttori di semiconduttori ma anche i costruttori di macchinari e attrezzature per il testing/collaudo dei chips. I semiconduttori, infatti, non si possono fabbricare senza i migliori macchinari e attrezzature la cui dotazione serve a fare la differenza e a porre i produttori europei in una posizione di vantaggio competitivo rispetto ai produttori extra UE (soprattutto americani e giapponesi) che altrimenti rischiano di dominare incontrastati il mercato.

3) IL RECEPIMENTO NEL REGOLAMENTO DI ATTUAZIONE DEL EU CHIPS ACT DI MISURE A FAVORE DELLE PMI E DELLE PRODUZIONI IN ATTO FINO ALLA DISPONIBILITÀ DEI PRODOTTI DI NUOVA GENERAZIONE.

L'iniziativa (EU Chips Act ed ora nota come KDT JU), presentata l'8 febbraio 2022, si concretizza in un pacchetto di misure legislative volte a sostenere l'industria europea dei semiconduttori, ad affrontare i problemi legati alla carenza di chips e alla dipendenza da attori esterni e contribuire al raggiungimento dell'autonomia strategica dell'UE. Attraverso tali misure, la Commissione punta a potenziare la capacità di R&I nel campo dei semiconduttori e a raddoppiare la produzione di chip europei sul mercato globale entro il 2030, passando dall'attuale 10% al 20%. Ciò al fine di favorire la resilienza delle catene di approvvigionamento rispetto alle carenze attuali e future e di consentire all'industria europea di competere alla pari con paesi concorrenti come USA, Giappone e Cina.

Questa iniziativa però, in ossequio alle normative europee sugli aiuti di stato e sulla tutela della concorrenza, prevede misure di sostegno per lo sviluppo e la produzione di componenti di nuova generazione. È importante invece includere nella portata di applicazione del Chips Act anche i chip con tecnologie basate su geometrie non spinte e non solo i chip con dimensioni critiche ridotte (2μ), come quelli ad alta integrazione di transistor/alta prestazione di calcolo e i chip innovativi (tra cui i processori quantistici). Una vasta gamma di componenti di range medio/basso attualmente in produzione è infatti utilizzata in settori cruciali come l'automotive, l'automazione industriale o l'ICT. Per molti di questi componenti, l'industria europea è fortemente dipendente dai paesi terzi (soprattutto dall'Asia) ed è stata duramente colpita dalle interruzioni nella catena di approvvigionamento.

Queste criticità hanno colpito severamente maggiormente le PMI italiane e piemontesi per le sopracitate difficoltà nelle catene di approvvigionamento. Il perdurare di tali criticità fino alla disponibilità sul mercato dei componenti di nuova generazione porrebbe tali aziende in una insostenibile condizione di "apnea" per un periodo di tempo che oscilla fra i 5 e 10 anni senza poter beneficiare delle misure previste nel Chips Act.

4) MISURE A FAVORE DI INTERVENTI DI FORMAZIONE A TUTTI I LIVELLI (professionale, universitario, dottorato) PER COLMARE LA MANCANZA DI RISORSE COMPETENTI E CAPACI E NON SOLO IN AREA TECNICA.

Altro aspetto da prendere in considerazione è quello della disponibilità delle risorse umane adeguatamente formate e capaci. La carenza di queste persone è un problema già avvertito a livello globale: gli USA nel varare il loro programma di sostegno all'industria dei semiconduttori, con le stesse finalità del programma europeo di superare cioè la dipendenza dall'estremo oriente, lo hanno denominato "Chips and Science Act" coinvolgendo direttamente le Università e le Academy (centri di formazione privata aziendale) per dare pari dignità all'attività di formazione.

Qualsiasi obiettivo, anche con le risorse finanziarie adeguate, non potrà essere conseguito senza le risorse umane.

Sarebbe quindi molto utile un programma di comunicazione verso i giovani ed anche verso le loro famiglie, per promuovere la formazione tecnica non solo a livello universitario ma più ancora a livello di scuola secondaria superiore e di istituti tecnologici superiore (ITS) ed incrementare così sensibilmente il numero degli allievi a questi tipi di istruzione superiore, disponibili per l'industria in tempi minori.

5) MISURE PER FAVORIRE ULTERIORMENTE LA CONOSCENZA E LA DIFFUSIONE ALL'ESTERO ANCHE DI QUESTE LINEE DI PRODOTTI ATTRAVERSO COMUNICAZIONE SPECIALISTICA E FIERE

Last but not least un supporto operativo alle aziende che già operano anche all'estero o si apprestano a farlo in settori tradizionalmente non coperti da ICE o SIMEST in maniera diffusa è certamente utile per rafforzare e consolidare l'idea del "Made in Italy" nei settori di cui abbiamo ora parlato. Una comunicazione istituzionale al riguardo costituirebbe un ottimo corollario agli aiuti di cui le aziende dispongono, anche se non sempre tempestivamente, per la partecipazione a fiere ed eventi internazionali.

Grazie per l'attenzione e buona sera.

Audizione
Commissione Attività Produttive,
Commercio E Turismo
Della Camera Dei Deputati
Nell'ambito Dell'esame
Dell'indagine Conoscitiva
«Made In Italy»

ALFREDO TAFURI
8 marzo 2023
Polo MESAP
Acceleratore dell'Innovazione



www.mesap.it
Segreteria@mesap.it

Progetto cofinanziato POR FESR Piemonte
sul bando 11b12_cluster



Polo d'Innovazione MESAP

Nasce a Torino nel 2009, co-finanziato dalla Regione Piemonte con il POR FESR 2007-2013 e 2014-2020

Soggetto gestore è CSI dell'Unione Industriali di Torino

Focus **Smart Products e Smart Manufacturing**

➤ **235** Associati



193 PMI

34 Grandi Imprese



2 Università

6 Centri di Ricerca

➤ **Settori tecnologici**

AEROSPACE ICT
AUTOMOTIVE RAILWAY Healthcare
MANUFACTURING equipment, machines and automation
 Energy/Clean Technologies **ELECTRICAL APPLIANCES Nanotechnologies**
 Construction and Home Automation Textile Agrifood Chemicals Marine Printing technologies



www.mesap.it
 Segreteria@mesap.it

Progetto cofinanziato POR FESR Piemonte
 sul bando 11b12_cluster

Alcune grandi imprese



Progetto cofinanziato POR FESR Piemonte sul bando 11b12_cluster

La catena del valore e le attività

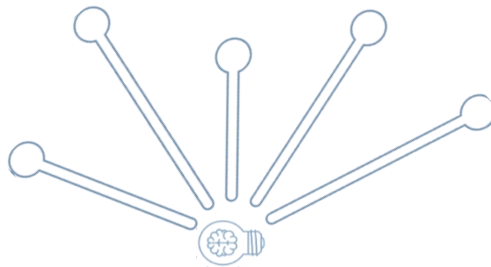
Le tipologie di associati

R&D – Ingegnerizzazione/
Prototipazione & testing

Produzione di Componenti e
Sistemi / Lavorazioni

Produzione/ Assemblaggio

Servizi sul prodotto/ processo



Le attività

➤ Trasferimento Tecnologico

➤ Gestione Bandi Finanziamento Pubblico

➤ Servizi per l'innovazione e Opportunità di Business

➤ Training e Sviluppo Competenze

➤ Networking e Animazione del Polo

➤ Progetti europei e Internazionalizzazione

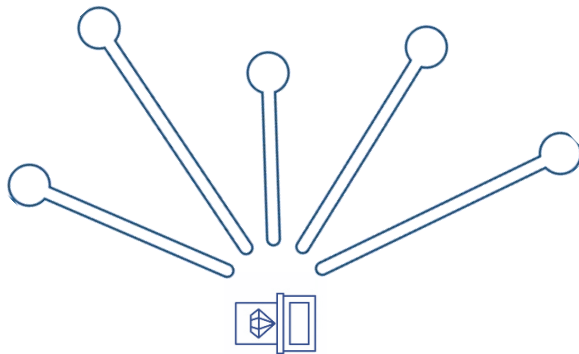
Progetto cofinanziato POR FESR Piemonte
sul bando I1b12_cluster

www.mesap.it
Segreteria@mesap.it



La nostra proposta

Tutela e valorizzazione delle nostre eccellenze



Misure a favore della **filiera della componentistica automotive** per sostenere e **accelerare la ristrutturazione produttiva** verso le nuove forme di alimentazione dei MCI (motori a combustione interna).

L'estensione delle tutele per contrastare una **concorrenza agguerrita** anche al **settore dell'elettronica e dei semiconduttori** ed in particolare delle macchine ed attrezzature per il collaudo dei microchip.

Il recepimento nel **regolamento di attuazione del EU Chips Act** di misure a **favore delle PMI** e delle produzioni in atto fino alla disponibilità dei prodotti di nuova generazione.

Misure a favore di **interventi di formazione a tutti i livelli** (professionale, universitario, dottorato) per colmare la mancanza di risorse competenti e capaci e non solo in area tecnica

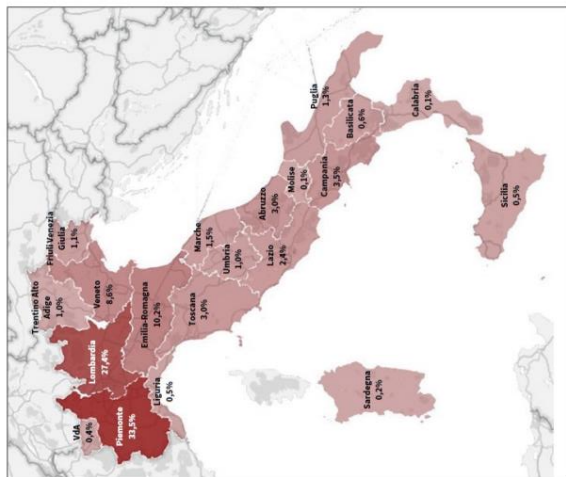
Misure per **favorire ulteriormente la conoscenza e la diffusione all'estero** anche di queste linee di prodotti attraverso comunicazione specialistica e fiere



www.mesap.it
Segreteria@mesap.it

Progetto cofinanziato POR FESR Piemonte
sul bando I'1b12_cluster

I numeri della filiera e la distribuzione sul territorio



2203 imprese
33.5 % in Piemonte

	2020	2019	2018	
	161.4	163.9	160	Addetti (k)
	44.7	50.8	45.6	Fatturato (mld) ≅ 35% export

ANFIA, Università Cà Foscari Venezia, 'Osservatorio sulla componentistica automotive italiana', 2021



Ministero dello sviluppo economico

www.mise.gov.it

5



Progetto cofinanziato POR FESR Piemonte
sul bando I1b12_cluster

www.mesap.it
Segreteria@mesap.it



Ministero delle Imprese e del Made in Italy
UFFICIO LEGISLATIVO

**INDAGINE CONOSCITIVA SUL MADE IN ITALY: VALORIZZAZIONE E SVILUPPO
DELL'IMPRESA ITALIANA NEI SUOI DIVERSI AMBITI PRODUTTIVI**

**Audizione Cons. Veltri (Capo Ufficio Legislativo Ministero delle Imprese e del Made in Italy)
Camera dei Deputati, Aula Commissione X - Attività produttive, commercio e turismo**

8 marzo 2023, ore 15:25

Stiamo seguendo con grande interesse il ciclo di audizioni. È un ottimo esempio di cooperazione fra Governo e Parlamento che ci consentirà di sfruttare un patrimonio di dati, conoscenze, punti di vista estremamente significativi e utili per comprendere e decidere.

Il Governo ha il compito di elaborare un disegno di legge organico sulla valorizzazione e tutela del made in Italy.

L'**organicità del progetto** è la prima caratteristica distintiva del lavoro che siamo chiamati a svolgere: il progetto dovrà contenere un fascio di misure che consideri il made in Italy in tutte le sue dimensioni, istituzionali, culturali, produttive, alimentari.

È tuttavia importante riflettere attentamente sulla delimitazione del campo.

Faccio presente che è già all'esame del Senato un **disegno di legge di riforma del codice della proprietà industriale**, volto al rafforzamento della competitività del sistema paese e la protezione della proprietà industriale che si snoda attraverso:

- i) la revisione del quadro normativo per rafforzare la protezione dei diritti di proprietà industriale e semplificare le procedure;
- ii) il rafforzamento del sostegno alle imprese e agli istituti di ricerca;
- iii) il miglioramento dello sviluppo di abilità e competenze;
- iv) l'agevolazione del trasferimento di conoscenze;
- v) il rafforzamento della promozione dei servizi innovativi.

Nel contempo è appena stato presentato, sempre al Senato il ddl delega per una riforma del sistema degli incentivi, al quale teniamo molto.

Si tratta di due pilastri che attengono senz'altro ad una dimensione generale del made in Italy e in particolare, da una parte alla tutela che il sistema della proprietà industriale può assicurare nei paesi di esportazione, nonché, dall'altra, allo sviluppo che il sistema degli aiuti alle imprese, considerato quale strumento di politica industriale, può assicurare alla produzione italiana e in particolari a determinati settori con maggiore capacità trainante.



Ministero delle Imprese e del Made in Italy

UFFICIO LEGISLATIVO

Il campo che vorremmo dunque attenzionare ai fini del nostro disegno di legge non dovrebbe interessare questi aspetti, ma concentrarsi sui temi specifici **dell'internazionalizzazione, della formazione scolastica, della preservazione del patrimonio di conoscenza e abilità che caratterizzano alcune produzioni, della corretta informazione ai consumatori, della specificità di alcuni settori** cui è storicamente legata l'immagine del made in Italy, al fine di rimuovere ostacoli di carattere burocratico ovvero di promuovere iniziative di valorizzazione che potrebbero trovare il loro finanziamento nel Fondo per il made in Italy che la legge di bilancio ha stanziato proprio in vista dell'obiettivo di dare sostanza e incisività alla legge che abbiamo in animo di varare.

Abbiamo già avviato una prima interlocuzione con le altre Amministrazioni e in particolare con il MAECI, con il MASAF, con Cultura e Turismo, sulla base di un sommario dei temi rilevanti.

L'obiettivo è avere una visione di sistema che tragga linfa dalle esperienze e dal know how accumulato dalle strutture amministrative centrali sui singoli temi, spinto anche dalle interessanti questioni emerse dalle audizioni degli stakeholders da voi sapientemente condotte.

L'obiettivo è giungere intorno alla metà del mese di aprile ad un disegno di legge che trovi, anche per il tramite della conferenza Unificata, una condivisione con le Regioni e gli enti locali. Veniamo ai temi.

Internazionalizzazione

Evidenzio che dal punto di vista istituzionale il primo passo compiuto come Governo è proprio l'inserimento del made in Italy nella denominazione del Ministero, cui si è accompagnata, in forza delle previsioni del DL n. 173/2023 l'istituzione del **Comitato interministeriale per il made in Italy nel mondo (CIMIM)**, con il compito di indirizzare e coordinare le strategie in materia di promozione e internazionalizzazione delle imprese italiane, al fine di valorizzare il made in Italy nel mondo.

Il CIMIM è composto dal Ministro degli affari esteri e della cooperazione internazionale, dal Ministro delle imprese e del made in Italy, che lo co-presiedono e dai Ministri dell'economia e delle finanze, dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste e del turismo.

Le sue funzioni sono:

- coordinamento delle strategie e dei progetti per la valorizzazione, la tutela e la promozione del made in Italy nel mondo;
- esame delle modalità esecutive idonee a rafforzare la presenza delle imprese nazionali nei mercati esteri;
- individuazione dei meccanismi di salvaguardia del tessuto industriale nazionale e di incentivazione delle imprese nazionali, anche in relazione all'imposizione di nuovi dazi, alla previsione di regimi sanzionatori o alla presenza di ostacoli tariffari e non tariffari sui mercati internazionali, al fine di prevedere misure compensative per le imprese coinvolte;
- valutazione delle iniziative necessarie per lo sviluppo tecnologico e per la diffusione dell'utilizzo di nuove tecnologie da parte delle imprese nazionali nei processi di internazionalizzazione;
- monitoraggio dell'attuazione delle misure da parte delle Amministrazioni competenti;



Ministero delle Imprese e del Made in Italy
UFFICIO LEGISLATIVO

- o f) adozione di iniziative idonee a superare eventuali ostacoli e ritardi nella realizzazione degli obiettivi e delle priorità indicati anche in sede europea.».

Il CIMIM si correla con la Cabina di regia per l'internazionalizzazione secondo uno schema che va dalla strategia alla programmazione degli interventi, e nella logica del legislatore è teso a favorire una visione olistica dei processi di internazionalizzazione dell'economia italiana.

È evidente che nel disegno di legge che abbiamo in mente, un capo sarà senz'altro dedicato alla promozione del made in Italy nel mondo e il primo atto istruttorio, lato Governo, sarà proprio quello di acquisire dal CIMIM un indirizzo in ordine alle necessità di interventi che necessitino di un approccio legislativo.

Dobbiamo mettere a sistema il potente strumentario e coordinare al meglio gli attori istituzionali (penso ad ICE, penso alle Camere di Commercio all'estero che hanno missioni specificatamente dedicate) oltre ovviamente alle amministrazioni centrali e alle Regioni in modo da ottenere risultati sul piano della sinergia delle azioni verso l'obiettivo primario della crescita e della valorizzazione del made in Italy sui mercati nazionali e internazionali.

Valorizzazione del brand Italia

Presso i consumatori nazionali ed esteri. Occorre prendere atto di una serie di sconfitte o quanto meno di tentativi vani. Sono nel tempo naufragati i tentativi di forzare per finalità commerciali il concetto di origine non preferenziale previsto dal codice doganale in, così come sono naufragati i tentativi di imporre l'obbligo di indicare nell'etichetta il luogo di origine così come individuato dal codice doganale, interpretati e bocciati dalla Commissione UE e dalla Corte di Giustizia come il tentativo di associare alla localizzazione dell'attività produttiva un valore aggiunto in contraddizione con i principi del mercato unico europeo e con il suo consolidamento, a superamento dei classici meccanismi comportamentali di "diffidenza" dei consumatori verso ciò che è nuovo, si conosce poco o viene da lontano.

Tuttavia ad ormai quasi quarant'anni di distanza dalle note sentenze della Corte di giustizia CE sui *souvenirs* e gli oggetti di bigiotteria irlandesi il tema dell'origine delle merci nel contesto della comunicazione e dell'informazione ai consumatori nell'Unione europea conserva inalterata la sua rilevanza, attualità e problematicità, viste le sue evidenti implicazioni sociali e giuridiche.

Oggi la scelta di un prodotto implica non solo la selezione dei suoi componenti materiali, ma anche, in misura sempre crescente, la scelta di elementi intangibili tra i quali indubbiamente la localizzazione geografica della filiera riveste un ruolo centrale.

La scelta di un prodotto non può più, quindi, essere (solo) collocata in una dimensione meramente utilitaristica, ma anche etica e valoriale, di assunzione di responsabilità circa l'orientamento della società futura.

Quali possano essere le soluzioni normative per rendere visibile il luogo di origine non è questione agevole da affrontare.

Per i prodotti agricoli, i prodotti alimentari, i vini e le bevande spiritose è stata la stessa Unione a intervenire attraverso l'IGP e il DOP, nonché imponendo attraverso l'etichetta l'indicazione di elementi informativi, tra i quali quelli relativi all'origine o, su base facoltativa, della provenienza geografica dell'alimento. Com'è noto il regolamento (UE) 1169/2011 concernente le informazioni sugli alimenti



Ministero delle Imprese e del Made in Italy

UFFICIO LEGISLATIVO

ai consumatori ha introdotto una articolata disciplina in materia, prendendo posizione tanto con riferimento alla questione della “nozione di origine” quanto sulle ipotesi che ne impongono l’inclusione fra le diciture obbligatorie in etichetta.

L’obiettivo di informare il consumatore sulla provenienza del prodotto, in quell’ambito può dirsi quindi raggiunto. Piuttosto le problematiche risiedono, per l’industria alimentare italiana, nel modo in cui le informazioni sono presentate.

Va diffondendosi anche grazie alla sua semplicità e immediatezza Nutri-Score, un sistema di etichettatura dei prodotti alimentari sviluppato in Francia pensato per semplificare l’identificazione dei valori nutrizionali di un prodotto alimentare attraverso l’utilizzo di scale correlate.

Le leggi dell’UE non consentono di imporre il proprio sistema di etichettatura degli alimenti a titolo obbligatorio e quindi esso è al momento semplicemente utilizzato, non imposto.

Al momento, la Commissione europea non ha ancora stabilito quale sia il sistema armonizzato di etichettatura nutrizionale più efficace da adottare a livello comunitario ed ha postposto la propria decisione a fine 2023, nell’attesa di avere evidenze scientifiche solide a sostegno della propria scelta.

Il MIMIT, in collaborazione con il MASE, Salute e MAECI sta invece promuovendo il **NutrInform battery** è la proposta italiana di etichettatura fronte pacco riferita ai nutrienti presenti negli alimenti.

Il NutrInform Battery, sistema informativo e non direttivo, non utilizza colori ma mostra il contenuto di energia e nutrienti presenti nella porzione di alimento effettivamente consumata, attraverso il riempimento di una batteria. Il sistema è pertanto in grado di focalizzare l’attenzione del consumatore sulla porzione reale e sui relativi nutrienti, senza vietare o promuovere l’alimento e quindi “marchiare” i cibi in “buoni o “cattivi”, come è invece tipico dell’impostazione direttiva rappresentata dal Nutriscore. L’obiettivo è quello di promuoverne la diffusione e l’utilizzo, in Italia e all’estero, attraverso azioni informativi e finanziamenti.

Dicevamo che in ordine all’industria alimentare il problema dell’indicazione geografica non si pone.

Legame tra i prodotti industriali e artigianali al brand Italia made in Italy

Ferma la strada degli schemi di certificazione volontaria che però non godono di un sistema di protezione, un aiuto potrebbe forse arrivare dalla proposta di regolamento sull’IGP industriale o artigianale attualmente in discussione in sede europea.

Oggi non esiste a livello di UE un meccanismo atto a proteggere i nomi di prodotti come il vetro di Murano, il marmo di Carrara. A livello di Unione, i produttori possono registrare marchi individuali, marchi collettivi e marchi di certificazione, ma questi titoli di proprietà industriale non consentono di certificare a livello di Unione il legame tra qualità e origine geografica.

Il rischio è che in un’era di globalizzazione delle catene del valore gli imprenditori perdano lo stimolo a investire in tali prodotti, a coltivare la nicchia di mercato e a mantenere competenze e tradizioni locali uniche.

L’obiettivo perseguito dalla bozza di regolamento europeo è quello di stabilire una protezione delle IG direttamente applicabile ai prodotti artigianali e industriali a livello di Unione, esattamente come avviene per i prodotti alimentari, in modo da favorire non solo gli imprenditori della tradizione ma anche le



Ministero delle Imprese e del Made in Italy

UFFICIO LEGISLATIVO

regioni in cui essi operano, le quali potrebbero conseguentemente sviluppare il loro potenziale turistico, attrarre forza lavoro qualificata e salvaguardare il proprio patrimonio culturale.

Ovviamente si tratterebbe soltanto di produzioni alla cui origine geografica sono essenzialmente attribuibili una data qualità o reputazione o altre caratteristiche.

Non sono ancora certi i temi di adozione del regolamento, ma intanto potremmo cominciare a fare una prima cernita delle possibili IGP e cominciare a costruire un primo assetto regolatorio.

Un ulteriore aiuto per risolvere il problema della certificazione e del tracciamento delle materie prime e dei processi di produzione, per soddisfare le esigenze di informazione dei consumatori, ce lo dà senz'altro lo sviluppo tecnologico, nello specifico la **blockchain**. Si tratta di un registro digitale pubblico capace di offrire maggiore protezione contro frodi e prodotti contraffatti, nonché drastica riduzione dei costi amministrativi e infrastrutturali.

Sebbene abbia un enorme potenziale, è una tecnologia che ancora non ha raggiunto la massa critica di distribuzione, ma che nei prossimi anni si espanderà per dare risposte precise e affidabili alle richieste dei consumatori.

Il Made in Italy deve essere in prima fila in questa rivoluzione e sicuramente il tema della tracciabilità per la tutela della qualità, può essere il grimaldello che potrà portare la blockchain nell'industria italiana.

Formazione

L'affermazione del Made in Italy passa attraverso la creazione di una nuova classe di giovani che abbiano una forte cultura imprenditoriale e una conoscenza delle lavorazioni industriali e artigianali tale da renderli pronti per l'inserimento immediato nel mondo della produzione. Sulla base della ampia autonomia scolastica di cui godono le Scuole si può pensare a dar vita a una Rete di Licei con sedi presso i distretti del Made in Italy, coordinati dal MIMIT e adottati dagli imprenditori che rappresentano l'eccellenza del made in Italy.

PAGINA BIANCA



19STC0027450