CAMERA DEI DEPUTATI N. 4228

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

BALLAMAN, BARRAL, BALOCCHI, CÈ, CHINCARINI, DALLA ROSA, FONTAN, RODEGHIERO, SANTANDREA, STEFANI, VASCON

Istituzione del marchio « Made in Padania »

Presentata il 9 ottobre 1997

ONOREVOLI COLLEGHI ! — Crediamo sia ormai unanimemente riconosciuta la specifica valenza che riveste la struttura produttiva propria delle regioni che costituiscono quel territorio che geograficamente viene indicato come il Nord dell'Italia.

Il « modello » in esso sviluppatosi è, sempre più spesso, oggetto di studio e di analisi da parte di istituzioni internazionali, ma anche di Paesi e realtà economiche che sono lontani dalla tradizione della piccola e media impresa. Addirittura un'autorevole testata giornalistica della stampa internazionale ha recentemente dedicato attenzione al cosiddetto Nord – e non all'Italia nel suo complesso – in un articolo in cui designava quel territorio come una delle sette potenze industriali.

I risultati ottenuti nel corso degli anni – ad esempio, il valore aggiunto di alcuni settori, la situazione di piena occupazione presente in molte zone, la percentuale molto alta di export fatturato – non sono frutto di qualche individualità « illuminata » o di una competitività basata sul prezzo, ma costituiscono la risultante di una particolare capacità di produrre e di stare su un mercato ormai mondializzato, comune ad un intero tessuto produttivo.

Sebbene diversi, i prodotti di questo territorio che riduttivamente viene definito « Nord » (dell'Italia), ma che più compiutamente dovrebbe chiamarsi Padania, sono « qualitativamente » simili, in quanto omogenea e radicata è la componente imma-

teriale che ne ha reso possibile la nascita fisica.

È condiviso da tutti gli operatori economici, infatti, uno specifico modo di lavorare, fondato sullo spirito imprenditoriale, sulle capacità manageriali, sulla ricerca dell'innovazione di processo e di prodotto, sul continuo adattamento alle esigenze del mercato, possibile solo con specifici modelli organizzativi e particolari modalità di produzione.

Pertanto, l'istituzione di un simbolo, un marchio, vuole essere il modo per affermare l'esistenza di una « cultura imprenditoriale » propria della Padania e rendere riconoscibile un *know-how* imprenditoriale specifico e non riproducibile. In altri termini, l'istituzione di un marchio significa fornire all'imprenditore uno strumento che gli consente di non essere confuso con situazioni a lui estranee e, al tempo stesso, costituisce un vantaggio competitivo derivante dal fatto di essere parte di quella zona economica integrata, in cui si produce e si vende, anche all'estero, « qualità ».

Allo stesso tempo, il marchio previsto dalla presente proposta di legge esplica la propria funzione di tutela non solo dal punto di vista del produttore. Esso, infatti, costituendo un'informazione « completa » ed una garanzia sulla qualità del prodotto, consente al consumatore di non essere più in una posizione di inferiorità, rispetto al produttore, e di attuare scelte più oculate ed efficaci, traendo il massimo beneficio dal confronto tra le più disparate offerte del mercato.

PROPOSTA DI LEGGE

—

ART. 1.

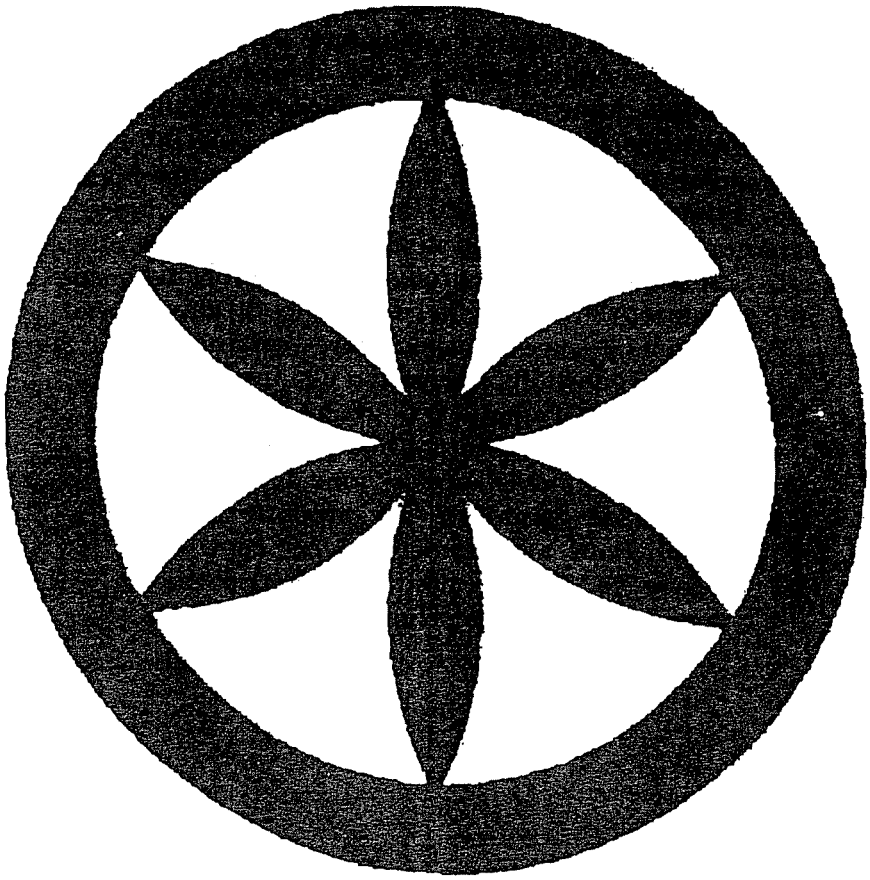
1. La presente legge si applica ai produttori di beni che svolgono la propria attività nelle regioni Valle d'Aosta, Piemonte, Liguria, Lombardia, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Emilia Romagna, Marche, Toscana, Umbria e nelle province autonome di Trento e di Bolzano.

2. Al fine di una migliore informazione al consumatore, i produttori che svolgono la propria attività nel territorio di cui al comma 1, possono specificare l'origine dei beni prodotti apponendo ad essi il marchio « Made in Padania » o anche il simbolo riportato nell'allegato A alla presente legge.

3. È ammessa l'apposizione del marchio di cui al comma 2 sui prodotti la cui lavorazione avviene per l'80 per cento nel territorio delle regioni e delle province autonome di cui al comma 1.

ALLEGATO A

(articolo 1, comma 2)



DDL13-4228
Lire 500