

## X COMMISSIONE PERMANENTE

### (Attività produttive, commercio e turismo)

#### S O M M A R I O

#### INTERROGAZIONI:

5-05036 Terzoni: Proroga dell'Accordo di programma tra il Governo e le regioni Marche e Umbria.	
5-05614 Ricciatti: Prospettive produttive e occupazionali della J.P. Industries Spa .....	142
<i>ALLEGATO 1 (Testo della risposta)</i> .....	144
5-05239 Ricciatti: Misure a favore delle imprese in difficoltà a causa dell' <i>embargo</i> imposto dalla Russia .....	143
<i>ALLEGATO 2 (Testo della risposta)</i> .....	145
5-05851 Fabbri: Iniziative a favore degli ex dipendenti di Buonitalia Spa .....	143
<i>ALLEGATO 3 (Testo della risposta)</i> .....	149
5-05922 Gallinella: Modalità di assegnazione degli appalti da parte dell'Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane .....	143
<i>ALLEGATO 4 (Testo della risposta)</i> .....	152

#### AUDIZIONI INFORMALI:

Audizioni nell'ambito della discussione della risoluzione n. 7-00475 Della Valle, in tema di Revisione delle disposizioni del decreto legislativo n. 59 del 2010 in materia di commercio ambulante su aree pubbliche.	
Rappresentanti della CGIL, CISL, UIL e GOIA-UGL .....	143
Rappresentanti di FIVA (Federazione Italiana Venditori Ambulanti), Confcommercio, ANVA (Associazione nazionale commercio su aree pubbliche) e Confesercenti .....	143

#### INTERROGAZIONI

*Giovedì 15 ottobre 2015. — Presidenza del vicepresidente Ignazio ABRIGNANI — Interviene il viceministro dello sviluppo economico, Carlo Calenda.*

#### La seduta comincia alle 13.

**5-05036 Terzoni: Proroga dell'Accordo di programma tra il Governo e le regioni Marche e Umbria.**

**5-05614 Ricciatti: Prospettive produttive e occupazionali della J.P. Industries Spa.**

Ignazio ABRIGNANI, *presidente*, avverte che le interrogazioni in titolo, vertendo sulla stessa materia, dovrebbero essere svolte congiuntamente. Prende atto dell'assenza della deputata Ricciatti: si intende che abbia rinunciato alla sua interrogazione n. 5-05614.

Il Viceministro Carlo CALENDÀ risponde alle interrogazioni in titolo nei termini riportati in allegato (*vedi allegato 1*).

Patrizia TERZONI (M5S) replicando, si dichiara soddisfatta prendendo atto che la proroga dell'Accordo di programma per la reindustrializzazione dell'area colpita dalla crisi della ex Antonio Merloni con-

sentirà di investire sul territorio circa 35 milioni di euro che auspica siano per la quota parte utilizzati a favore della J.P. Industries.

**5-05239 Ricciatti: Misure a favore delle imprese in difficoltà a causa dell'embargo imposto dalla Russia.**

Antonio PLACIDO (SEL) dichiara di aver sottoscritto l'interrogazione in titolo.

Il Viceministro Carlo CALENDÀ risponde all'interrogazione in titolo nei termini riportati in allegato (*vedi allegato 2*).

Antonio PLACIDO (SEL) replicando, nel prendere atto della risposta, chiede di comprendere meglio quali siano le misure concrete che il Governo intende adottare per sostenere le imprese italiane in difficoltà a causa dell'*embargo* russo.

Il Viceministro Carlo CALENDÀ sottolinea che le azioni che il Governo può mettere in campo sono duplici: da un lato, le procedure previste per tutte le aziende che si trovano in situazione di sofferenze; dall'altro, procedure particolari per le imprese di *export* che hanno perso il mercato di riferimento. Si tratta di azioni potenzialmente molto produttive per dare basi più solide all'*export* volto a diversificare i mercati di riferimento delle imprese italiane.

**5-05851 Fabbri: Iniziative a favore degli ex dipendenti di Buonitalia Spa.**

Il viceministro Carlo CALENDÀ risponde all'interrogazione in titolo nei termini riportati in allegato (*vedi allegato 3*).

Marilena FABBRI (PD), sottolineato che sono stati pignorati alcuni conti dell'Agenzia a favore dei procedimenti in corso, si riserva di approfondire gli elementi forniti nella risposta assai dettagliata.

**5-05922 Gallinella: Modalità di assegnazione degli appalti da parte dell'Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane.**

Il viceministro Carlo CALENDÀ risponde all'interrogazione in titolo nei termini riportati in allegato (*vedi allegato 4*).

Filippo GALLINELLA (M5S), replicando, si dichiara soddisfatto della risposta, sottolineando che la sua interrogazione era stata sollecitata dal fatto che il presidente della società Stil Novo Management Spa lavorava per l'Agenzia.

Il Viceministro Carlo CALENDÀ precisa che il presidente della società Stil Novo è Paolo Zegna – titolare dell'omonimo gruppo che, per inciso, fattura 1,4 miliardi di euro l'anno – il quale è stato membro del Consiglio di amministrazione.

Ignazio ABRIGNANI, *presidente*, dichiara concluso lo svolgimento delle interrogazioni all'ordine del giorno.

**La seduta termina alle 13.45.**

#### AUDIZIONI INFORMALI

*Giovedì 15 ottobre 2015.*

**Audizioni nell'ambito della discussione della risoluzione n. 7-00475 Della Valle, in tema di Revisione delle disposizioni del decreto legislativo n. 59 del 2010 in materia di commercio ambulante su aree pubbliche.**

Rappresentanti della CGIL, CISL, UIL e GOIA-UGL.

L'audizione informale è stata svolta dalle 13.45 alle 14.15.

**Rappresentanti di FIVA (Federazione Italiana Venditori Ambulanti), Confcommercio, ANVA (Associazione nazionale commercio su aree pubbliche) e Confesercenti.**

L'audizione informale è stata svolta dalle 14.15 alle 14.45.

## ALLEGATO 1

**Interrogazione n. 5-05036 Terzoni: Proroga dell'Accordo di programma tra il Governo e le regioni Marche e Umbria.****TESTO DELLA RISPOSTA**

Si risponde congiuntamente agli atti in esame essendo gli stessi concernenti le medesime problematiche ossia: la vendita dell'ex Merloni e le iniziative di reindustrializzazione da intraprendersi per l'area umbro marchigiana.

Sinteticamente ricordo che la Merloni e aziende facenti parte del Gruppo Merloni sono entrati in procedura di Amministrazione Straordinaria e la J.P. Industries ha acquisito in continuità aziendale il complesso produttivo Gaifana del Gruppo Antonio Merloni.

Dalla cessione dell'Azienda è scaturito un contenzioso promosso da un pool di banche che essendo creditrici ipotecarie impugnavano l'atto di vendita.

I primi due gradi di giudizio sia del Tribunale sia della Corte di Appello di Ancona, hanno accolto le richieste degli istituti di credito dichiarando la nullità del contratto di vendita.

Avverso la sentenza della Corte di Appello è stato proposto ricorso presso la Corte di Cassazione ed il 6 ottobre scorso si è tenuta la relativa udienza sulla nullità della vendita alla JP e si attende, pertanto, il deposito della decisione.

In considerazione della grande incertezza operativa creatasi, ivi compresa la mancanza di supporto finanziario da parte del sistema bancario alla J.P. Industries, si sono aperti presso il Ministero dello sviluppo economico due tavoli di confronto specifici, il primo finalizzato a trovare un accordo tra banche, azienda e Istituzioni prima del pronunciamento della Corte di Cassazione, mentre il secondo finalizzato ad individuare un percorso idoneo nell'in-

teresse del rafforzamento produttivo dell'azienda con la conseguente difesa dell'occupazione.

Circa gli interventi sul territorio, con la proroga dell'Accordo di programma per la reindustrializzazione dell'area colpita dalla crisi dell'ex Antonio Merloni si darà modo alle imprese operanti nel territorio interessato di usufruire del nuovo sistema di agevolazioni ex lege 181 del 1989 modificato a seguito della riforma entrata in vigore con il decreto del Ministero dello sviluppo economico del 9 giugno 2015 e con la circolare della Direzione generale per l'incentivazione alle imprese del 6 agosto 2015.

La riforma, operando un complessivo aggiornamento del sistema agevolativo, ha introdotto importanti novità, in termini di tipologie di programmi ammissibili, di facilitazioni delle condizioni di accesso alle agevolazioni, favorendo la nuova occupazione e/o la rioccupazione del personale espulso dal ciclo produttivo.

Si segnala, in particolare, che sono state ampliate le tipologie di programmi di investimenti ammissibili mediante l'introduzione della possibilità di agevolare iniziative per la tutela ambientale e l'innovazione organizzativa.

Si ritiene quindi che l'insieme delle azioni che il Governo ha messo in atto ed il responsabile atteggiamento di tutte le parti coinvolte possano determinare le condizioni per il superamento di una crisi industriale di eccezionale portata possa per il territorio delle Marche e dell'Umbria.

## ALLEGATO 2

**Interrogazione n. 5-05239 Ricciatti: Misure a favore delle imprese in difficoltà a causa dell'embargo imposto dalla Russia.****TESTO DELLA RISPOSTA**

A seguito della crisi Russia-Ucraina, l'Unione Europea ha adottato un pacchetto di sanzioni progressive nei confronti della Federazione russa e dell'Ucraina filorusa di tre tipi: diplomatiche, con la sospensione dei negoziati economici; individuali, attraverso l'adozione di misure restrittive nei confronti di persone ed entità russe ed ucraine filo-russe; economico-finanziarie.

Quest'ultime sono state introdotte con il Regolamento del Consiglio n. 833/2014 e sono entrate in vigore il 1° agosto 2014 e colpiscono il settore finanziario, le tecnologie per l'industria petrolifera e le tecnologie sensibili a duplice uso civile e militare (qualora possano essere destinate, in tutto o in parte, ad un uso militare o ad un utilizzatore finale militare).

In considerazione della ulteriore azione di destabilizzazione seguita alle operazioni condotte da militari russi in territorio ucraino, il Consiglio Europeo del 30 agosto 2014 ha deciso di ampliare le misure sanzionatorie nei medesimi settori, con un « pacchetto » integrativo, entrato in vigore con Regolamento del Consiglio n. 960 del 12 settembre 2014.

A seguito dei mancati sviluppi positivi del conflitto ucraino ed al mancato completo rispetto degli Accordi di Minsk, il COREPER (Comitato dei Rappresentanti Permanenti dell'UE), nella riunione del 17 giugno scorso si è espresso per la proroga di 6 mesi delle sanzioni fino a fine gennaio 2016. La riunione del COREPER ha avuto funzione preparatoria del CAE (Consiglio degli Affari Esteri) e del Consiglio Europeo, che nella riunione del 25-26 giugno

scorso ha pertanto adottato il Regolamento di proroga delle sanzioni contro la Russia per ulteriori 6 mesi.

Per quanto riguarda invece la Federazione russa, in data 6 agosto 2014, il Governo della federazione russa ha ufficialmente introdotto misure di ritorsione di validità di un anno sull'import di alcuni prodotti agro-alimentari, provenienti da USA, UE, Canada, Australia e Norvegia, prolungandone la validità sino al 5 agosto 2016 a seguito della recente proroga delle sanzioni da parte della UE.

La ripresa dei rapporti commerciali con la Russia auspicata dall'On. Ricciatti è anche un obiettivo dell'Unione europea che, dallo scoppio della crisi ucraina, ha avviato un esercizio trilaterale (EU-Russia-Ucraina) che dovrebbe portare ad una normalizzazione delle relazioni tra i tre interlocutori. Tuttavia, benché ormai al suo 18° appuntamento, tale esercizio resta caratterizzato da una scarsità di progressi effettivi.

Al fine di velocizzare questo processo, l'Unione europea ha presentato alla parte russa un elenco di tematiche specifiche (c.d. *Blueprint*) nelle tre aree delle barriere tecniche agli scambi, delle questioni sanitarie e fitosanitarie e della cooperazione doganale, in merito alle quali la Russia dovrebbe fornire precise risposte. Tuttavia, se da un lato la Russia ha finora mostrato una certa disponibilità ad impegnarsi in queste tre aree, dall'altro persevera nel tentativo di allargare la discussione ad altre tre aree (tariffe, energia, investimenti), richiedendo altresì la negoziazione di un vero e proprio accordo internazio-

nale trilaterale. Entrambe le richieste appaiono irricevibili per l'UE, con conseguente stallo delle discussioni.

Ad ogni modo, da parte della Commissione viene continuamente ribadita la disponibilità a fornire assistenza a Russia ed Ucraina per risolvere alcuni dei problemi esistenti, in particolare nelle aree sopraevidenziate.

Un'ulteriore sessione di dialogo si dovrebbe tenere nel prossimo novembre. Da parte della Commissione ci si attende che i Russi producano nel frattempo proposte realistiche in risposta al *blueprint*.

Per la Commissione, inoltre, l'eventuale creazione di gruppi di lavoro prevista dal *blueprint* non è da considerarsi un « assegno in bianco », ma è vincolata al mantenimento, da parte russa, delle attuali preferenze all'Ucraina e all'assenza di ritorsioni commerciali. Nel caso in cui vi dovessero essere ritorsioni da parte russa, sarà difficile per l'UE pensare di assumere ulteriori impegni unilaterali.

Ciò premesso, sicuramente l'export su versante russo con gli effetti negativi dell'embargo nei confronti di Mosca, è uno dei motivi di preoccupazione del Governo. Diversi sono i settori colpiti, come dicevo, in primis quello agroalimentare – oggetto di ritorsioni – ma anche il distretto calzaturiero di Fermo come segnalato dall'On.le Interrogante, che peraltro risente anche dell'evoluzione sfavorevole del cambio del rublo russo con l'euro e della situazione di minori introiti per la Russia che deriva dalla diminuzione del prezzo del greggio sui mercati internazionali e che colpisce la capacità di acquisto dei cittadini russi.

Il Ministero dello Sviluppo Economico, attraverso elementi forniti dal nostro Osservatorio Economico sul commercio internazionale può dar conto delle perdite rilevate per l'export italiano nella Federazione russa: i dati mostrano che nel corso del 2014 l'export italiano in Russia è calato dell'11,6 per cento (diminuzione pari in termini assoluti ad una contrazione di oltre 1,2 miliardi di euro); nell'anno corrente si è ridotto nel corso del periodo gennaio – agosto 2015 – rispetto al cor-

rispondente periodo del 2014 – del 28,6 per cento (flessione pari in termini assoluti a oltre 1,8 miliardi di euro). Quanto alle importazioni nel corso del 2014 l'import italiano dalla Russia è calato del 20 per cento (pari ad una riduzione di oltre 4 miliardi di euro); nel corso del periodo gennaio – agosto 2015 è invece sceso – rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente – del 16,9 per cento (decremento pari a oltre 1,9 miliardi di euro).

Attenzione: questi numeri sono solo molto parzialmente effetto diretto delle sanzioni. Piuttosto la situazione dell'economia russa è in costante peggioramento da anni.

Il Ministero dello sviluppo economico, per la parte di diretta competenza, ha quindi avviato una serie di azioni a tutela dell'export italiano. Siamo disponibili, infatti, assieme alle altre associazioni che fanno parte della cabina di regia, a studiare un piano ad hoc a favore delle aziende che sono state colpite dalla crisi.

Nel quadro dell'attività promozionale 2015, infatti il Mise ha dato mandato all'ICE Agenzia di proseguire e potenziare le sue attività promozionali nei settori dell'agro alimentare non colpiti dall'embargo russo. Ha inoltre, dato istruzioni di supportare i settori colpiti dall'embargo con adeguate iniziative di promozione su altri mercati esteri in modo tale da consentire una « compensazione » delle mancate esportazioni nella Federazione Russa.

In relazione al primo punto, sempre nel quadro delle attività promozionali, è stata promossa attraverso gli uffici dell'ICE in Russia, una complessa serie di attività locali a presidio del settore agroalimentare, anche avvalendosi delle attività del Desk di assistenza alle imprese per gli ostacoli al commercio presente all'interno di ICE Mosca dal maggio 2014.

Tali azioni si sostanziano innanzitutto nella realizzazione *in loco* di iniziative promozionali in occasione delle maggiori fiere di settore. Nel contempo, l'Italia attuerà una più intensa vigilanza per prevenire su quel mercato fenomeni di *Italian Sounding* e di contraffazione, a tutela delle

nostre produzioni e per evitare il potenziale incremento dell'effetto-sostituzione da parte dei consumatori locali.

Occorre infine rilevare che l'Agenzia ICE di Mosca, su indicazione del Ministero dello Sviluppo Economico e d'intesa con il Ministero degli Affari Esteri, continua ad operare regolarmente sia dal punto di vista dell'attività promozionale che in termini di attività di assistenza prestata alle aziende italiane interessate ad operare nella Federazione Russa, come dimostrato – in ordine di tempo – dall'ultima Missione istituzionale ed imprenditoriale, tenutasi a Kazan dal 25 al 27 marzo 2015 e organizzata dall'Ambasciata d'Italia e che ha visto la partecipazione di 20 aziende italiane (meccanica, logistica, materiali per edilizia, servizi bancari, filiera agroindustriale, energia) e la realizzazione di oltre 100 incontri bilaterali d'affari con controparti locali.

Analogamente, la prossima edizione della Task Force Italo-Russa sulle PMI che si terrà a Cheboksary (nella Repubblica di Chuvashia) il 15 ed il 16 ottobre, a cui parteciperanno numerose aziende italiane dei settori meccanica (filiera legno e agroindustriale), elettrotecnica e risparmio energetico, rappresenterà un'ulteriore occasione per mantenere aperto il dialogo promozionale e commerciale con la Russia.

Benché le misure restrittive abbiano inciso sulla contrazione dell'importante interscambio commerciale tra Italia e Federazione Russa, il Governo ha continuato a incoraggiare la collaborazione economica, compatibilmente alle restrizioni in atto, e l'esplorazione di forme innovative di partenariato. Bisogna poi considerare che il calo dell'interscambio con la Russia, per quanto rilevante per alcuni settori produttivi, si inserisce in una fase espansiva per il commercio estero dell'Italia, che previsto in crescita del 5,6 per cento nel 2015 fino a superare il 6 per cento nel biennio 2016-2017. I dati dell'Osservatorio Economico sul commercio internazionale del MISE confermano le previsioni. Dallo scorso febbraio, le nostre esportazioni all'interno dell'Unione Europea stanno conseguendo ogni mese – su base tendenziale

– tassi di crescita positivi. A luglio l'export italiano, in ambito comunitario, è aumentato del 5,7 per cento, superando per la seconda volta in assoluto i 22 miliardi di euro. Complessivamente, nei primi sette mesi di quest'anno, il nostro paese ha totalizzato un surplus della bilancia commerciale di 7,6 miliardi di euro verso l'UE.

Una situazione analoga all'UE si riscontra andando ad analizzare i dati del commercio mondiale dell'Italia. A luglio, così come accade da febbraio 2015, le nostre esportazioni verso il mondo hanno registrato un tasso di crescita tendenziale molto positivo. In particolare, rispetto al corrispondente mese del 2014, le vendite di prodotti italiani nei mercati esteri hanno conosciuto un +6,3 per cento, totalizzando il flusso record di 41,1 miliardi di euro. A luglio quindi la nostra bilancia commerciale, per la prima volta in assoluto, ha superato la soglia degli 8 miliardi di euro.

Nel complesso tra gennaio e luglio di quest'anno le esportazioni italiane a livello internazionale sono cresciute del 5,2 per cento mentre le importazioni sono incrementate del 4,7 per cento. La principale conseguenza è stata quella di realizzare un avanzo record del saldo commerciale, pari a +26,5 miliardi di euro.

Per quanto concerne il dettaglio merceologico, ad esclusione del comparto energetico, l'export ha totalizzato, sempre su base tendenziale, tassi di crescita positivi in tutti i settori. Particolarmente favorevoli sono stati i risultati conseguiti nei comparti automobilistico (+34,8 per cento), elettronico (+11,8 per cento), farmaceutico (7,8 per cento), agricolo (+13,1 per cento) e alimentare (+6,6 per cento). Questi ultimi due settori stanno beneficiando sicuramente degli effetti positivi derivanti da Expo 2015.

Per quanto concerne, infine, la destinazione dei nostri beni si rileva – durante i primi sette mesi dell'anno – una crescita delle nostre esportazioni in Asia, grazie anche agli ottimi risultati ottenuti in Medio Oriente (+13,4 per cento) e in India (+13,2 per cento), in Nord America, trascinata dall'entusiasmante +26,7 per cento conseguito negli Stati Uniti, in Africa sub-

sahariana (+3,6 per cento) e in Oceania (+8 per cento). Di converso, nella cosiddetta Europa non comunitaria si sta assistendo ad un leggero rallentamento dell'export (-3 per cento), a causa proprio delle forti riduzioni totalizzate dalle vendite di nostri prodotti in Russia.

L'economia italiana è fortemente diversificata, e dispone pertanto degli strumenti

per rafforzare la presenza su altri mercati, sia tradizionali che emergenti, grazie anche alle risorse messe a disposizione dal Governo, in particolare con il Piano straordinario per il Made in Italy. In questo quadro, ci si è quindi attivati per accompagnare le imprese del settore verso possibili nuovi sbocchi, con un notevole successo, come dimostrano i dati appena citati.

## ALLEGATO 3

**Interrogazione n. 5-05851 Fabbri: Iniziative a favore degli ex dipendenti di Buonitalia Spa.****TESTO DELLA RISPOSTA**

L'articolo 12, c. 18 bis, del decreto-legge 95/2012 subordina il trasferimento del personale di Buonitalia S.p.A. in liquidazione presso l'ICE-Agenzia all'emanazione, mediante apposito decreto, di una tabella di corrispondenza che ne consenta l'inquadramento nei ruoli dell'ente, previo espletamento di una procedura selettiva di verifica dell'idoneità.

La norma in parola non prevede alcun trasferimento automatico ed immediato del personale, bensì individua delle precise condizioni per il suo avverarsi: l'approvazione della tabella di corrispondenza e l'espletamento, sulla scorta di quella, della prova selettiva di verifica dell'idoneità del personale.

La Legge di Stabilità 2014 ha operato una riscrittura del comma in parola, consentendo l'ingresso del personale ex-Buonitalia anche in deroga ai limiti delle facoltà assunzionali dell'Agenzia con inquadramento anche in posizione di soprannumero rispetto alla dotazione organica dell'ente, operando tra l'altro uno scavalcamento *de facto* dei vincitori del concorso che da anni attendevano l'assunzione e per i quali invece tale limite rimane invalicabile.

La norma, tuttavia, non ha modificato i capisaldi relativi alla procedura di trasferimento, che necessita di tabella di corrispondenza e verifica d'idoneità.

Peraltro, la Legge di Stabilità è fonte sovraordinata e temporalmente successiva al Decreto 28 gennaio 2013, dalla cui emanazione si vorrebbe far decorrere il transito delle risorse umane: dunque, come rilevato anche dal TAR Lazio, è il

legislatore stesso a chiarire che non può darsi alcun trasferimento automatico del personale.

Nell'ottobre 2014, a seguito della registrazione da parte della Corte dei Conti, si è concluso l'iter di approvazione del decreto interministeriale 30 maggio 2014 recante la tabella di equiparazione; nel dicembre 2014 si è svolta la verifica d'idoneità.

Nessuno degli ex dipendenti di Buonitalia Spa ha raggiunto la sufficienza: pertanto, non si sono verificate le condizioni per il loro trasferimento ed inquadramento presso l'ICE-Agenzia.

Per quanto attiene, invece, alle modalità di svolgimento della procedura selettiva di verifica dell'idoneità, l'Agenzia ha informato che, in fase di redazione dei bandi, si è innanzitutto posta il problema dell'interpretazione della norma in discorso alla luce della normativa generale di accesso alla PA, stante l'assenza di una disposizione che regolasse la fattispecie così come testualmente enunciata dal comma citato.

L'unico accenno a procedure selettive è rinvenibile, infatti, nel disposto dell'articolo 27 del decreto del Presidente della Repubblica 487/1994, che prevede la possibilità di selezioni basate sullo svolgimento di prove pratiche attitudinali ovvero su sperimentazioni lavorative.

L'ICE, in stretta aderenza alle indicazioni ricevute in merito dal Dipartimento della Funzione.

Pubblica, da questa norma sono stati mutuati due principi: da un lato, che la selezione dovesse mirare esclusivamente ad accertare l'idoneità dei candidati a

svolgere determinate mansioni, senza alcuna valutazione comparativa; dall'altro, che la selezione dovesse consistere nello svolgimento di prove pratiche attitudinali sotto forma di test scritti e colloqui orali, attesa la necessità di adattare il contenuto della norma alle qualifiche di destinazione, che comprendono i livelli impiegatizio, funzionariale e dirigenziale.

Ne è scaturita una prova avente struttura, complessità e finalità ben diverse rispetto ad un concorso, a cui non può in alcun modo essere assimilata: tra una verifica d'idoneità a numero chiuso ed un concorso aperto finalizzato alla valutazione comparativa dei candidati corre una differenza sostanziale.

Peraltro, tale impostazione della prova selettiva d'idoneità si conforma alle innumerevoli pronunce in cui la Corte Costituzionale ha affermato che, in assenza di un serio filtro selettivo, l'accesso all'impiego di ruolo presso la PA di personale proveniente da una persona giuridica di diritto privato si pone in contrasto con gli artt. 3, 51 e 97 della Costituzione.

Il Giudice Costituzionale rammenta che la natura puramente privata del lavoro alle dipendenze delle società partecipate – nel caso di specie, Buonitalia – rende inoperante, nella fattispecie del trasferimento di funzioni da una società partecipata ad un ente pubblico, la stessa garanzia del posto di lavoro che l'articolo 2112 c.c. riconosce, in ambito privato, ai lavoratori subordinati in caso di trasferimento di azienda.

L'articolo 31 del D.lgs. 165/2001, che dispone esplicitamente l'applicazione di tale garanzia al passaggio di funzioni e dipendenti da enti pubblici ad altri soggetti pubblici o privati, non richiama la predetta garanzia per le ipotesi in cui il passaggio di funzioni avvenga – come nel caso di specie – da soggetti privati ad enti pubblici (Sentenza Corte Costituzionale nr. 167/2013).

Pertanto, deducendo a contrario dai principii affermati dalla Consulta, l'Agenzia ha modulato le prove in ragione del livello e delle funzioni che il personale ex Buonitalia sarebbe stato chiamato a svol-

gere, prevedendo dei test che vertenti sulle stesse materie oggetto di prova nei concorsi esterni ed interni per l'accesso alle varie qualifiche.

Inoltre, si sono applicate in via analogica quelle norme previste dal decreto del Presidente della Repubblica 487/1994 quando queste apprestavano garanzie per il candidato e quando è stato necessario ricorrervi per carenza di altre norme applicabili.

L'Agenzia ha informato che l'unica finalità della prova non era certo quella di ottimizzare il livello d'inquadramento previsto dalla tabella di corrispondenza: tale pretesa, infatti, si sarebbe scontrata non solo con il diritto, ma anche con la logica: la prova non poteva avere finalità d'inquadramento, perché all'inquadramento aveva già provveduto la tabella di corrispondenza incorporata nel Decreto Interministeriale 30 maggio 2014.

Ne discende che la verifica d'idoneità può produrre solo un esito binario: idoneo/inidoneo per quella specifica area e fascia economica d'inquadramento, che – ai fini del trasferimento del personale – equivale agli esiti alternativi idoneo-trasferito/inidoneo-non trasferito.

Quindi, l'ICE-Agenzia, in piena condivisione con i Ministeri vigilanti e con l'Avvocatura Generale dello Stato, si è attenuta scrupolosamente al dettato normativo: prova ne è che il suo operato ha superato il vaglio di legittimità amministrativa sollecitato dagli ex dipendenti Buonitalia, le cui istanze di sospensione dei bandi relativi alle prove d'idoneità sono state rigettate dal TAR Lazio, Sez. III Bis, con Decreti 6382, 6383 e 6384 del 12 dicembre 2014.

Ancor prima, in altro giudizio, il TAR Lazio (Roma, sez. II-ter, sent. n. 338/2014) ha ricostruito la procedura di trasferimento del personale nei termini in cui l'Agenzia l'ha poi attuata, indicando testualmente la sequenza procedimentale 1) emanazione delle tabelle di equiparazione, 2) espletamento della prova selettiva di verifica dell'idoneità, 3) eventuale trasferimento delle risorse umane.

Per quanto attiene ai giudizi civili, infine, le sentenze di primo grado sfavorevoli all'ICE-Agenzia sono ora oggetto di revisione: la Corte d'Appello di Roma ha già sospeso la prima sentenza giunta al

suo esame (ord. n. 95 del 27 agosto 2015), riconoscendo la legittimità dell'operato dell'Agenzia.

Gli altri gravami saranno discussi nei prossimi mesi.

## ALLEGATO 4

**Interrogazione n. 5-05922 Gallinella: Modalità di assegnazione degli appalti da parte dell'Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane.****TESTO DELLA RISPOSTA**

Con interrogazione a risposta in commissione n. 5 – 05922 l'On. Gallinella ha chiesto di conoscere le motivazioni e i criteri seguiti dall'ICE Agenzia per l'affidamento di alcune commesse per la promozione del Made in Italy. La richiesta si riferisce in particolar modo al progetto di *e-commerce* denominato Storytalia e ad una campagna pubblicitaria in favore del made in Italy sulle principali testate estere.

Al riguardo, occorre precisare in via preliminare che l'attività promozionale in favore del made in Italy svolta dal Ministero e dal suo ente strumentale, l'Agenzia ICE, avviene tramite la realizzazione diretta di programmi e di progetti, o tramite il cofinanziamento di attività in partenariato con altri soggetti, pubblici o privati.

In quest'ultimo caso, in particolare, la coprogrammazione viene realizzata con i principali soggetti del sistema economico nazionale, pubblici o privati – in alcuni casi titolari di specifici Accordi di settore o di programma con il MISE – i quali sottopongono periodicamente al vaglio dell'ICE e/o del Ministero una rosa di iniziative.

Il Piano operativo viene definito annualmente sulla base delle linee d'indirizzo fornite dalla Cabina di regia per l'internazionalizzazione, copresieduta dal Ministro degli affari esteri e dal Ministro dello sviluppo economico, composta da numerosi altri Ministri (tra cui Economia, Politiche agricole, Turismo) e dai vertici delle principali associazioni datoriali di categoria, del sistema camerale, di quello cooperativo, ecc. tenendo conto delle proposte avanzate dai soggetti economici.

Nell'ambito della Cabina di Regia era ed è stata identificata come priorità strategica quella di accelerare la presenza delle PMI sulle piattaforme digitali di *e-commerce*.

Ciò premesso, con riferimento ai casi espressamente sollevati dall'interrogante si precisa quanto segue.

Molti contatti sono stati intrapresi con i più accreditati partner di settore (Poste italiane, operatori privati nazionali e multinazionali, Associazioni di categoria), ma, nel corso del 2014, ancora non si erano raggiunti risultati soddisfacenti.

Già alla fine del 2013 Confindustria aveva rappresentato l'intenzione delle sue principali Federazioni di investire nell'*e-commerce* e nel corso del 2014 ha sottoposto il proprio programma all'Agenzia ICE perché valutasse la possibilità di partecipare alla sua implementazione.

Il portale, all'epoca già in corso di realizzazione, denominato STORYTALIA, è apparso rispondente agli obiettivi pubblici; STORYTALIA, infatti, oltre a promuovere le vendite delle aziende italiane dei diversi settori manifatturieri, illustra le loro storie ed il background della loro creazione e produzione attraverso strumenti digitali, fornendo informazioni utili alla miglior conoscenza dei prodotti e delle aziende dei settori del Made in Italy.

Il progetto è gestito dalla società STIL NOVO Management S.p.A., struttura partecipata dalle più importanti federazioni di imprese operanti nel settore dei beni di consumo (Assocalzaturifici, Sistema Moda Italia, Cosmetica Italia, Anfao) ed altri

soggetti istituzionali appartenenti ai settori dei beni di consumo, oltre che da Simest.

La presenza di dette associazioni risultava fondamentale per garantire la « neutralità » rispetto al processo di selezione delle singole aziende. Elemento questo indispensabile e unico rispetto a qualsiasi altra iniziativa oggi operativa.

Si è pertanto deciso di supportare il progetto promuovendo il portale presso i principali mercati europei e di favorirne l'implementazione al fine di aumentare il numero di imprese del Made in Italy presenti nel mercato globale. Peraltro l'ICE in quell'occasione ha opportunamente verificato l'eventuale presenza di proposte di altre associazioni imprenditoriali che perseguissero le medesime finalità, in modo da valutarne la possibilità di sostegno.

Il cofinanziamento al progetto STORYTALIA è avvenuto in parte a carico dei fondi promozionali ordinari dell'Agenzia, esercizio 2013 (240.000 euro) ed in parte (350.000 euro) a carico dei fondi straordinari in favore del Made in Italy dell'esercizio 2013, progetto « Partenariato pubblico-privato » di cui al DM 14 novembre 2013 n. 28083. Tale investimento pubblico si aggiunge all'investimento privato complessivo stimato in circa euro 2.000.000.

L'adesione ha comportato, quindi, l'erogazione del cofinanziamento – con tranches successive e sequenziali all'implementazione del progetto. Peraltro, pochi giorni orsono la stessa società ha comunicato ad ICE la risoluzione dei due contratti a suo tempo stipulati, in considerazione del non pieno raggiungimento degli obiettivi che si era data. Questo comporta ovviamente una riduzione dello stanziamento previsto.

Il percorso di STORYTALIA si è dimostrato da subito più complesso del previsto. Nonostante la presenza di 85 aziende rispondenti alle caratteristiche da noi ritenute fondamentali (dimensione, qualità del prodotto, potenzialità di export) e il numero di visitatori (150mila in gran parte provenienti dall'estero) le vendite sul sito non sono mai decollate.

Per questa ragione abbiamo deciso di non supportare più il progetto e di sospendere ulteriori investimenti diretti sul settore *e-commerce*.

Per quanto riguarda i rapporti con il Sole 24 ore richiamati dall'interrogante, si fa riferimento a due progetti diversi.

Il primo, per il quale è stato previsto dall'ICE un impegno finanziario di 500.000 euro, ha ad oggetto Italy 24, testata *on-line* del Gruppo 24 Ore.

Si ricorda che rappresenta il primo e unico giornale digitale italiano economico interamente in inglese dedicato all'Italia e rivolto alla più ampia *business community* internazionale.

Italy24 si rivolge infatti a tutti quei soggetti interessati a meglio comprendere l'evoluzione economica e finanziaria dell'Italia: investitori istituzionali, enti governativi, intermediari finanziari, banche commerciali e di investimento, fondi di investimento, fondi di *private equity* e venture, società di capitale, compagnie di assicurazione, aziende italiane ed estere con, in particolare, focus sull'import/export.

Per raggiungere tale vasta platea di soggetti Italy 24 costituisce pertanto l'unico strumento disponibile in Italia, in grado di garantire l'utilizzo di una piattaforma digitale, con caratteristiche di capillarità e qualificata strutturazione tecnica, oltre che competenza ed esperienza professionale.

Le risorse sono state destinate a una pluralità di obiettivi. Anzitutto sulla home page del quotidiano è stabilmente presente un banner che promuove il sito *investinitaly.com*, volto a favorire l'attrazione degli investimenti dall'estero. Altresì, sono state negoziate le uscite di tre dossier, da pubblicarsi sia sul quotidiano digitale in lingua inglese che sul principale quotidiano del Gruppo in edizione cartacea (Il Sole 24 Ore). Due di questi sono stati già realizzati.

Infine, il Gruppo 24 Ore ha messo a disposizione dell'ICE 1000 abbonamenti al quotidiano digitale che sono stati distribuiti ad altrettanti stakeholder, individuati dagli uffici della Rete ICE nei Paesi rite-

nuti più rilevanti, per promuovere il *Made in Italy* e il Sistema Italia più in generale.

Il secondo progetto, per il quale è stato previsto un impegno finanziario di 735.528 euro, ha ad oggetto la realizzazione di una campagna pubblicitaria sui siti web delle testate internazionali *Financial Times*, *Wall Street Journal* e *The Economist*, volta a rafforzare la percezione dell'Italia e dei suoi punti di eccellenza nei principali mercati esteri, attraverso la pubblicazione del video «*Italy-the extraordinary Commonplace*», che è stato realizzato e pubblicizzato con l'obiettivo di smentire gli stereotipi sul Paese, evidenziando, con dati di fatto, i punti di forza dei principali settori produttivi del sistema industriale italiano, ha ottenuto un grande successo internazionale.

Il video in questione così come il *pay out (Italy extraordinary commonplace)* della campagna sono diventati un vero e proprio biglietto da visita dell'Italia in occasione di ogni rilevante evento internazionale. Anche il settore privato ne fa e ne ha fatto massiccio uso.

In questo caso la Società di raccolta pubblicitaria del Gruppo il Sole 24 Ore è il fornitore esclusivo del servizio richiesto, in quanto essa è l'unica concessionaria per l'Italia delle testate straniere sopra menzionate.

Si evidenziano alcuni risultati di tale investimento:

10 milioni di visualizzazioni per il video;

il CTR (*Click Through Rate*, metro di misura del successo di una campagna) è stato più che doppio rispetto alla media delle campagne per i settori Governo/Istituzioni;

in pochi mesi sono stati registrati 150 mila visitatori unici del sito, di cui l'88 per cento dall'estero;

la campagna è servita anche per promuovere il nuovo sito *investitaly.com* che, in accordo con Presidenza del Consiglio dei Ministri, MEF e MISE è il portale d'accesso in Italia per gli investitori esteri.