

SENATO DELLA REPUBBLICA

VI LEGISLATURA

(N. 1150)

DISEGNO DI LEGGE

d'iniziativa dei senatori AVERARDI, ARIOSTO, PERITORE, CIRIELLI e BARBERA

COMUNICATO ALLA PRESIDENZA IL 23 MAGGIO 1973

Propaganda e valorizzazione dei prodotti agricolo-alimentari

ONOREVOLI SENATORI. — Il presente disegno di legge intende risolvere organicamente l'importante problema della propaganda e valorizzazione dei prodotti agricolo-alimentari del nostro Paese.

È appena necessario accennare, perchè a tutti note, alle conseguenze negative che si sono e si stanno verificando non solo per il settore primario, ma anche per il settore alimentare ed in definitiva per tutta l'economia nazionale, a causa della mancanza di una idonea azione promozionale e degli indispensabili strumenti di affermazione dei nostri prodotti sui mercati: ne è un chiaro esempio il continuo progressivo peggioramento del saldo del nostro bilancio agricolo-alimentare, che segna passivi in continua crescita, con ciò indicando il progressivo deterioramento della nostra capacità concorrenziale nei confronti dei prodotti stranieri non solo all'estero ma anche, e questo è particolarmente grave, all'interno dei nostri stessi mercati.

Tale situazione non è giustificabile, in maggior modo se si nota che l'affermazione dei prodotti di importazione non è stata resa possibile, nella maggior parte dei casi, da più competitivi prezzi o da maggiori pregi qualitativi, bensì dalla sollecitazione e dalla persuasione di cui è stato oggetto il consumatore italiano tramite una metodica, penetrante, aggressiva, capillare azione di propaganda condotta ad opera di organismi statali o privati di altri Paesi, in particolare dei nostri *partners* nel Mercato comune.

L'intervento promozionale sul mercato alimentare da parte di paesi esteri è non solo lecito, ma armonizzante con i principi di un sempre maggiore interscambio reciproco tra i Paesi del Mercato comune e mondiale; dovrebbe però essere controbilanciato da una azione promozionale e valorizzatrice adeguata, da parte del nostro Paese, che invece è risultata pressochè assente, sul nostro mercato e su quelli stranieri.

La necessità di una vasta azione promozionale, per valorizzare i prodotti agricolo-alimentari italiani, è evidenziata dalla considerazione che il volume di spesa destinato all'alimentazione rappresenta per il consumatore italiano medio circa il 35-40 per cento del totale delle sue uscite: da ciò risulta facile dedurre l'effettiva dimensione economico-sociale dei problemi relativi alla propaganda e valorizzazione dei prodotti.

In verità il legislatore ha colto, seppure in ritardo, l'esigenza di ovviare alla carenza di strumenti di valorizzazione e promozione dei nostri prodotti, introducendo per la prima volta nella storia dell'agricoltura, nel quadro della legge 4 agosto 1971, n. 592, un apposito articolo, il 2-novies, riguardante la realizzazione di programmi promozionali di prodotti agricolo-alimentari.

Si è trattato di una prima presa di coscienza del problema, che non poteva trovare organica soluzione, in una norma nella sostanza di natura finanziaria, con indicazioni operative estremamente generiche.

Con il presente disegno di legge che si sottopone alla vostra attenzione, si mira pertanto a dare una più adeguata risposta al problema della propaganda e valorizzazione dei prodotti agricolo-alimentari.

Uno degli obiettivi che si intende raggiungere è quello di offrire alla produzione agricola la possibilità di farsi conoscere dal consumatore nelle sue caratteristiche particolari, specialmente per quanto riguarda quei

prodotti che abbiano requisiti di origine, di tipicità e soprattutto qualità.

A tal proposito, nel capo I, è prevista la costituzione di consorzi di produttori, che possono beneficiare di alcuni incentivi per le spese di avviamento, di funzionamento e di esecuzione di specifiche campagne di promozione e propaganda, purchè siano riconosciute dal Ministero dell'agricoltura e delle foreste la idoneità e la rispondenza loro a specifiche e tassative condizioni.

Nel capo II, considerato che l'articolo 2-novies della legge 4 agosto 1971, n. 592, non ha potuto, trascorsi circa due anni, trovare organica e completa attuazione, e che le iniziative a cui ha dato origine non hanno trovato collocamento in un quadro coordinato, si prevede la costituzione di una apposita Commissione che provvederà alla formulazione di programmi promozionali attraverso la individuazione dei settori e dei prodotti, il coordinamento nella fase di progettazione ed il controllo della esecuzione, nonché l'enunciazione dei pareri previsti dal disegno di legge.

Nel capo III invece, attraverso lo strumento del marchio collettivo dei prodotti agricoli, si intende realizzare la migliore valorizzazione del prodotto che viene ad essere differenziato in funzione dello *standard* qualitativo. Ma ciò che soprattutto preme è la tutela del consumatore, che viene altresì assicurata tramite la garanzia che la marchiatura, ed il connesso sistema di omologazione e controllo, offre a salvaguardia dei suoi interessi.

DISEGNO DI LEGGE

CAPO I

CONSORZI DI PRODUTTORI PER LA VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLA-ALIMENTARI CHE ABBIANO PARTICOLARI CARATTERISTICHE DI TIPICITÀ, ORIGINE E QUALITÀ

Art. 1.

Ai fini della valorizzazione dei prodotti agricolo-alimentari che abbiano particolari caratteristiche di tipicità, origine e qualità, il Ministro dell'agricoltura e delle foreste riconosce, con proprio decreto, previo parere della Commissione di cui all'articolo 8, i Consorzi di produttori che ne facciano domanda e che abbiano i seguenti requisiti:

1) abbiano come soci imprenditori agricoli produttori dei prodotti da valorizzare attraverso l'azione del consorzio;

2) siano costituiti con atto pubblico;

3) abbiano come fine statutario di valorizzare, garantire, tutelare il prodotto, nonché di promuoverne la vendita;

4) siano retti da uno statuto che:

a) consenta l'ammissione al Consorzio di ogni produttore interessato che ne faccia domanda;

b) preveda l'obbligo del socio di assoggettarsi ai controlli di cui ai successivi articoli, e le sanzioni per le inadempienze;

c) preveda l'obbligo del socio di versare al Consorzio i contributi deliberati dai competenti organi statutari e proporzionati al valore della produzione per la quale aderisce.

Sono esclusi dal riconoscimento di cui al primo comma del presente articolo i Consorzi costituiti o costituendi per quei pro-

dotti agricolo-alimentari la cui tipicità, origine, qualità e denominazione risulti già prevista da leggi speciali.

Art. 2.

L'Istituto per le ricerche e le informazioni di mercato e la valorizzazione della produzione agricola (IRVAM), provvede — entro un anno dall'entrata in vigore della presente legge — ad effettuare una indagine dei prodotti agricolo-alimentari nazionali suscettibili di valorizzazione, sotto il profilo della loro tipicità, origine e qualità.

Art. 3.

L'IRVAM, entro diciotto mesi dall'entrata in vigore della presente legge, propone al Ministro dell'agricoltura e delle foreste un'elenco dei prodotti di cui all'articolo 2, allegando per ognuno di essi una nota tecnica in cui è specificato:

- 1) area geografica di produzione;
- 2) definizione del prodotto;
- 3) condizioni di produzione;
- 4) caratteristiche organolettiche e merceologiche;
- 5) classificazione;
- 6) limiti di tolleranza;
- 7) condizionamento e presentazione;
- 8) *standards* qualitativi, differenziati in tre gradi: sufficiente, buono od eccellente.

Il Ministro dell'agricoltura e delle foreste, sentita la Commissione di cui all'articolo 8, adotta, con proprio decreto, il suddetto elenco e le relative note tecniche. Annualmente l'IRVAM propone al Ministro dell'agricoltura e delle foreste le opportune revisioni ed aggiornamenti dell'elenco, da attuarsi con le medesime procedure e modalità.

I produttori che ritengano che un prodotto per le sue caratteristiche di tipicità, origine e qualità, sia suscettibile di valorizzazione, possono richiedere all'IRVAM la sua iscrizione nell'elenco di cui al presente articolo.

Alla domanda d'iscrizione dovrà essere allegata una relazione illustrativa del prodotto per cui si fa domanda, con particolare riferimento alle qualificazioni tecniche ed economiche.

Art. 4.

Per il migliore svolgimento dei compiti previsti dalla presente legge, l'IRVAM costituisce una apposita « Consulta tecnica » che potrà articolarsi in sezioni specializzate in rapporto alle diverse funzioni.

Art. 5.

Il Ministro dell'agricoltura e delle foreste, può disporre, direttamente o attraverso l'IRVAM, controlli ed ispezioni presso i Consorzi che abbiano fatto domanda di riconoscimento, o che siano stati già riconosciuti, in particolare per verificare la rispondenza del prodotto alle caratteristiche della relativa nota tecnica, nonchè ai fini della revoca di cui al successivo articolo 12.

Il regolamento di esecuzione di cui all'articolo 15 determina i sistemi di controllo del prodotto nelle varie fasi ed i metodi analitici e di accertamento organolettico.

Art. 6.

Il Ministro dell'agricoltura e delle foreste concede ai Consorzi riconosciuti in conformità dell'articolo 1, nei primi tre anni successivi alla data del loro riconoscimento, un contributo pari all'80 per cento, al 70 per cento, al 60 per cento, rispettivamente nel primo, secondo e terzo anno, delle spese di avviamento e di funzionamento.

Detto contributo è concesso, con decreto del Ministro dell'agricoltura e delle foreste, per il primo anno entro i tre mesi successivi al riconoscimento; per il secondo e terzo anno entro tre mesi dalla decorrenza rispettivamente del secondo e terzo anno dal riconoscimento.

Art. 7.

Qualora un Consorzio riconosciuto in conformità dell'articolo 1 intenda effettuare, in Italia ed all'estero, specifiche campagne di promozione e di propaganda a favore del proprio prodotto, che raggiunga *standards* qualitativi di livello buono od eccellente, ai sensi della nota tecnica, ed abbia ottenuto l'omologazione del relativo marchio agricolo ai sensi del successivo articolo 10, e presenti al Ministro dell'agricoltura e delle foreste il programma di massima delle iniziative ed azioni da intraprendere, facendo altresì domanda di concorso nelle spese, il Ministro dell'agricoltura e delle foreste concede, sentita la Commissione di cui all'articolo 8, un contributo non superiore al 50 per cento della spesa preventivata.

Terminata la campagna di promozione e di propaganda il Ministro a condizione che il Consorzio garantisca la presenza sul mercato del prodotto in questione, potrà disporre a favore del Consorzio che ne faccia richiesta, un ulteriore contributo non superiore al 30 per cento della spesa effettiva documentata.

I contributi di cui ai precedenti comma possono essere concessi anche ai Consorzi di cui all'ultimo comma dell'articolo 1, per specifiche campagne di promozione e di propaganda del proprio prodotto, a condizione che garantiscano la presenza sul mercato del prodotto in questione.

Il regolamento di esecuzione di cui all'articolo 15 disciplinerà le modalità di concessione del contributo ed i relativi controlli.

CAPO II

PROGRAMMI PROMOZIONALI E DI PROPAGANDA DEI PRODOTTI AGRICOLO-ALIMENTARI DI PRIMARIA IMPORTANZA

Art. 8.

Ai fini dell'attuazione dei programmi previsti dall'articolo 2-*novies* della legge 4 agosto 1971, n. 592, è costituita presso il Mini-

stero dell'agricoltura e delle foreste la « Commissione consultiva nazionale per la valorizzazione e la promozione dei prodotti agricolo-alimentari ».

La Commissione è presieduta dal Ministro dell'agricoltura e delle foreste o da un Sottosegretario da lui designato ed è composta da:

tre Direttori generali del Ministero dell'agricoltura e delle foreste aventi competenza in materia di alimentazione, produzione e tutela dei prodotti agricoli;

il Direttore generale della produzione industriale del Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato;

un Direttore generale designato dal Ministero del commercio con l'estero;

un rappresentante designato dal Ministero del bilancio e della programmazione economica;

un rappresentante designato dal Ministero del tesoro;

un rappresentante designato dal Ministero della sanità;

il Direttore generale dell'Istituto per il commercio con l'estero;

un rappresentante designato dall'IRVAM;

tre rappresentanti delle categorie industriali e commerciali designati dalle rispettive organizzazioni sindacali maggiormente rappresentative;

tre rappresentanti della categoria dei coltivatori diretti designati dalla organizzazione sindacale maggiormente rappresentativa;

tre rappresentanti della categoria degli agricoltori designati dalla organizzazione sindacale maggiormente rappresentativa;

tre rappresentanti della cooperazione agricola, designati dalle organizzazioni nazionali giuridicamente riconosciute;

due rappresentanti dei consumatori designati dalle organizzazioni nazionali maggiormente rappresentative;

due esperti del settore, nominati dal Ministro dell'agricoltura e delle foreste.

Art. 9.

La Commissione di cui al precedente articolo ha, in particolare, i seguenti compiti:

1) individuare i settori ed i prodotti che saranno oggetto dei programmi di cui all'articolo 8, determinandone le priorità, i tempi e, in linea di massima, le modalità e gli strumenti;

2) coordinare, nella fase di progettazione, i programmi di cui all'articolo 8 e controllare la loro esecuzione, proponendo anche integrazioni, variazioni e, se necessario, sospensioni;

3) esprimere parere preventivo sulle convenzioni che il Ministero dell'agricoltura e delle foreste potrà stipulare ai sensi del penultimo comma dell'articolo 2-*novies* della legge 4 agosto 1971, n. 592, suggerendo eventuali variazioni;

4) formulare relazioni sui risultati ottenuti da ciascun particolare programma;

5) esprimere i pareri previsti dagli articoli 1, 3 e 7.

CAPO III

I MARCHI AGRICOLI

Art. 10.

I Consorzi riconosciuti in conformità dell'articolo 1, possono ottenere l'omologazione di un proprio marchio agricolo che garantisca che il prodotto presenta le caratteristiche descritte nella relativa nota tecnica.

Ciascun marchio agricolo deve essere differenziato in funzione dello *standard* qualitativo del prodotto. Nel caso che questo non raggiunga il livello previsto dalla nota tecnica per il grado di *standard* buono o eccellente, il marchio agricolo dovrà recare la specificazione « di origine ». Negli altri casi il

marchio potrà recare la specificazione « di origine e di qualità ».

Ai marchi agricoli si applicano le disposizioni di cui all'articolo 2569 e seguenti del codice civile, ed al regio decreto 21 giugno 1942, n. 929, quali marchi collettivi.

Art. 11.

Per ottenere l'omologazione del marchio agricolo, ai fini della presente legge, il Consorzio interessato deve fare domanda al Ministro dell'agricoltura e delle foreste corredandola con:

- 1) copia autentica dello statuto e del regolamento di marchiatura;
- 2) documento comprovante l'avvenuto deposito del marchio conformemente alle leggi in materia;
- 3) relazione dettagliata sulle modalità e sulla periodicità dei controlli cui vengono sottoposti i prodotti dei soci;
- 4) un modello del marchio agricolo e delle eventuali note descrittive od altri documenti, che siano destinati ad accompagnare il prodotto.

Il Consorzio deve predisporre un regolamento di marchiatura, approvato dall'assemblea dei soci. Deve altresì provvedere ai necessari controlli sul prodotto dei soci, cui sia stato concesso l'uso del marchio, tramite ispezioni e verifiche periodiche ai diversi stadi della produzione, della trasformazione e della commercializzazione.

Il Ministro dell'agricoltura e delle foreste con proprio decreto accoglie la domanda di omologazione del marchio agricolo. Se l'accoglimento della domanda non avviene entro sei mesi dalla presentazione, questa si intende respinta.

Il Ministero dell'agricoltura e delle foreste provvede ad iscrivere i marchi agricoli omologati in un apposito elenco nazionale, contrassegnandoli da un numero di ordine progressivo.

Art. 12.

L'omologazione può essere revocata dal Ministro dell'agricoltura e delle foreste nei seguenti casi:

- 1) quando l'esercizio del controllo da parte del Consorzio si è rivelato insufficiente;
- 2) quando a seguito dei controlli ed ispezioni di cui all'articolo 5 venga accertata la non rispondenza del prodotto, garantito dal marchio, alle caratteristiche della nota tecnica.

CAPO IV

DISPOSIZIONI FINALI

Art. 13.

Per gli anni dal 1973 al 1977 è autorizzata la spesa di lire 7.000 milioni annui così ripartiti:

- 1) lire 4.000 milioni annui per l'esecuzione dei programmi di propaganda di cui all'articolo 2-*novies* della legge 4 agosto 1971, n. 592;
- 2) lire 1.500 milioni annui per i contributi ai Consorzi di produttori riconosciuti di cui all'articolo 6;
- 3) lire 1.500 milioni per il concorso nelle spese sostenute per specifiche campagne di promozione e propaganda condotte dai Consorzi di produttori nel quadro dell'articolo 7.

Art. 14.

Le spese previste dall'articolo 13 saranno iscritte negli stati di previsione del Ministero dell'agricoltura e delle foreste nella misura prevista per ciascuno degli anni finanziari dal 1973 al 1977.

Art. 15.

Entro sei mesi dall'entrata in vigore della presente legge sarà emanato il regolamento di esecuzione.