



DISEGNO DI LEGGE

**d'iniziativa dei senatori SANGALLI, BERTUZZI, BIANCHI,
CHITI, DE SENA, FIORONI, GHEDINI, MORANDO,
SBARBATI e SERRA**

COMUNICATO ALLA PRESIDENZA IL 3 GIUGNO 2008

Norme per la riconoscibilità e la tutela dei prodotti italiani

ONOREVOLI SENATORI. - L'industria manifatturiera italiana agisce ormai da tempo in un mercato mondiale caratterizzato dalla progressiva affermazione del processi di globalizzazione delle attività economiche e commerciali. La nostra produzione industriale ha alle spalle una lunga tradizione di elevata qualità che le ha consentito di ottenere largo apprezzamento sui mercati nazionali ed esteri. Il «*made in Italy*» non si riferisce soltanto ad un processo materiale di produzione; il prodotto finale è frutto di un processo creativo che è esso stesso garanzia di qualità e che ha alle spalle un mondo di arti e mestieri, di lavorazione artigianale di lunga tradizione e di attenzione al particolare. L'idea del «*made in Italy*» non ha attinenza soltanto con il dato economico e produttivo del Paese, ma va tutelato anche in quanto espressione di conoscenze e valori che hanno saputo adeguarsi ai moderni processi produttivi per affrontare la sfida dei mercati.

Soggetti ormai alla concorrenza agguerrita dei Paesi emergenti, dove si produce a costi molto più bassi e spesso in assenza di norme che tutelino la sicurezza e la salute dei lavoratori, i prodotti italiani sono sottoposti ormai da tempo ai rischi delle imitazioni e delle contraffazioni. La mancanza di regole comuni sulla produzione, valide per tutti i competitori nel mercato globale e l'impossibilità di attestare l'effettiva realizzazione sul territorio nazionale, fa sì che i nostri produttori si trovino in una condizione di penalizzazione.

Allo stesso modo ne risultano svantaggiati i consumatori attenti all'origine territoriale del prodotto, ai quali la legislazione vigente non garantisce l'adeguata informazione circa l'effettiva origine di questo. Sono molti, in-

fatti, i consumatori per i quali la consapevolezza dell'intera realizzazione del ciclo di fabbricazione in Italia costituisce titolo di preferenza ai fini della scelta di acquisto.

Il presente disegno di legge mira contemporaneamente alla tutela del produttore e del consumatore, attraverso l'istituzione di un marchio «100 per cento *made in Italy*» che sopperisca all'attuale carenza di informazione e di garanzia consentendo, contemporaneamente, condizione di equa competizione.

A tutela del prodotto italiano, il principale intervento riguarda la lotta alla contraffazione. In pochi anni la contraffazione si è globalizzata al pari dell'economia mondiale ed ha adottato i medesimi canali distributivi del commercio, facendo lievitare il proprio giro d'affari. È stato stimato che il mercato della contraffazione frutti ogni anno 250 miliardi di dollari e che la tendenza sia espansiva, poiché è sempre più difficile individuare l'origine del fenomeno. Gli interessi delle organizzazioni criminali e terroristiche connessi a questo mercato illegale mettono a rischio interi settori della nostra economia e rappresentano un rischio per l'ordine e la salute pubblica; sono stati segnalati, infatti, casi di contraffazione di materiale sanitario, indumenti, detersivi e prodotti per l'igiene personale, cosmetici, bevande e, in generale, beni di largo consumo. È un fatto abbastanza recente anche la contraffazione di prodotti di lusso e dei prodotti alimentari. Tutto questo si traduce nella perdita di circa 40.000 posti di lavoro all'anno, di oltre il 13 per cento di entrate fiscali e di circa il 23 per cento di IVA.

Gli sforzi finora profusi dal Governo per l'affermazione di regole che garantiscano il libero dispiegarsi delle risorse del Paese

hanno sollecitato i diversi livelli internazionali: il WTO, ovvero l'Organizzazione mondiale per il commercio, in riferimento alla proprietà intellettuale relativamente all'impegno negoziale sulle indicazioni geografiche (diritto dei popoli alla propria storia ed identità); l'Unione europea, cui è stata proposta la revisione della normativa vigente al fine di omogeneizzarla e di intensificare le sanzioni penali in caso di violazione della proprietà intellettuale. Anche sul versante interno sono state adottate diverse misure, sia attraverso la creazione della figura dell'Alto commissario per la lotta alla contraffazione, l'istituzione di sezioni speciali nei tribunali e l'intensificazione dell'apparato sanzionatorio, sia attraverso la proposta di istituzione di marchi che attestino la provenienza e la qualità italiana dei prodotti.

Sono stati numerosi i progetti di legge presentati negli anni passati alle Camere in materia di marchio «*made in Italy*», sintomo della diffusa sensibilità riguardo all'esigenza di riconoscibilità del prodotto nazionale rispetto alle falsificazioni prodotte dalla contraffazione. Sul tema l'attenzione del Parlamento è sempre stata viva, tanto da approfondire, nel corso della precedente legislatura, l'esame delle proposte al riguardo assegnate alla Commissione Attività produttive della Camera dei deputati. Il lavoro in Commissione è giunto alla formulazione di un testo elaborato dal Comitato ristretto adottato poi come testo base, di cui la presente proposta rappresenta la rilettura. Proposta che tiene ben in conto degli orientamenti comunitari in materia. Già nel 2005 la Commissione europea aveva espresso parere negativo circa la possibilità di istituire un marchio nazionale attestante la localizzazione su territorio italiano di tutti i processi di fabbricazione di un prodotto, sostenendone la incompatibilità con il principio di libera circolazione delle merci nel mercato interno. Si ricordi che il codice doganale comunitario, aggiornato dal regolamento (CE) n. 450/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 23 aprile

2008, prevede: «Le merci alla cui produzione hanno contribuito due o più paesi o territori sono considerate originarie del paese o territorio in cui hanno subito l'ultima trasformazione sostanziale». Tuttavia, con una risoluzione approvata il 26 settembre 2007, il Parlamento europeo ha invitato la Commissione di Bruxelles a valutare la possibilità di introdurre un marchio europeo per la sicurezza del consumatore e ha sollecitato il Consiglio degli stati membri ad adottare l'etichetta «*made in*» con la quale indicare il Paese di origine per i prodotti appartenenti ad alcuni settori merceologici: tessile e abbigliamento, gioielleria, vetro e ceramica, scarpe, cuoio, pellicce, mobili. Un'esigenza condivisa dalla maggioranza dei cittadini europei, che vedono nel marchio uno strumento di consapevolezza e sicurezza al momento dell'acquisto.

Al momento, a livello comunitario non è ancora stato adottato alcun provvedimento di questo tipo; di questo il presente disegno di legge tiene conto, proponendo che l'adesione al marchio «100 per cento *made in Italy*» non sia obbligatoria ma volontaria. Oltretutto la proposta si inserisce sulla scia della legge 24 dicembre 2003, n. 350, legge finanziaria 2004, che all'articolo 4, comma 61, prevede la possibilità di disporre una «regolamentazione dell'indicazione d'origine o l'istituzione di un apposito marchio a tutela delle merci integralmente prodotte sul territorio italiano o assimilate ai sensi della normativa europea in materia di origine».

Al Capo I, gli articoli 1 e 2 definiscono i principi ispiratori della legge ed il suo ambito di applicazione. L'intervento normativo è finalizzato dalla tutela del consumatore, come sancito dall'articolo 153 del Trattato istitutivo della Comunità europea, e si applica «ai marchi aziendali e collettivi e alle denominazioni, indicazioni ed etichettature di cui alle leggi nazionali o regionali vigenti, destinate alla informazione del consumatore sulla sicurezza e sulla qualità dei prodotti»,

con esclusione dei prodotti alimentari, per i quali esiste invece specifica disciplina.

All'articolo 3 è disciplinata la carta d'identità dei prodotti «*made in Italy*», una scheda informativa che, nel rispetto della legge doganale comunitaria, riporta informazioni sulla provenienza dei semilavorati che compongono il prodotto e sulle lavorazioni eseguite durante il processo di fabbricazione, qualora vi abbiano contribuito altri Paesi. È attribuito agli sportelli unici all'estero il compito di prevenire le possibili contraffazioni della carta stessa.

L'articolo 4 ha ad oggetto il marchio «100 per cento *made in Italy*». La norma si inserisce sulla scia dell'articolo 4, comma 61, della citata legge finanziaria 2004 che, per favorire il «*made in Italy*», aveva previsto la possibilità di istituire un apposito marchio di origine a tutela dei prodotti realizzati integralmente in Italia. Nel presente disegno di legge questi ultimi vengono definiti quali prodotti finiti per i quali l'ideazione, la progettazione, il disegno, la lavorazione e il confezionamento sono compiuti sul territorio italiano, utilizzando materie prime anche di importazione, nonché semilavorati grezzi, realizzati interamente in Italia.

L'articolo 5 disciplina la concessione e l'uso del marchio, mentre l'articolo 6 dispone le regole ed i requisiti per la concessione del marchio stesso. La concessione viene rilasciata dal Ministero per lo sviluppo economico - che può avvalersi anche di strutture di certificazione pubblici o privati - una volta accertata l'esistenza dei requisiti necessari, tra cui rilevano: il rispetto delle norme in materia di lavoro, ambiente, fisco e previdenza; l'integrale realizzazione sul territorio nazionale di tutte le fasi della lavorazione del prodotto; la salubrità e la qualità delle materie prime e dei semilavorati impiegati, di cui devono essere indicati il Paese d'origine ed il produttore. I marchi potranno essere concessi anche a consorzi, società consortili o cooperative e dovranno essere registrati in un albo presso le camere di com-

mercio ed in una banca dati di pubblica consultazione presso l'Alto Commissario per la lotta alla contraffazione.

Gli articoli 7 e 8 regolano la promozione del marchio e la registrazione a livello comunitario ed internazionale, nonché le opportune campagne di informazione al pubblico circa la carta di identità ed il marchio «*made in Italy*».

Il Capo II è dedicato all'etichettatura dei prodotti, con attenzione a quella delle calzature e dei prodotti tessili. Il sistema di etichettatura, istituito dall'articolo 9 su base volontaria, è rivolto ai prodotti realizzati in Paesi non appartenenti all'Unione europea, di cui deve specificare il Paese d'origine, i prodotti intermedi ed la loro realizzazione secondo le norme comunitarie ed internazionali in materia di origine commerciale, igiene e sicurezza, lavoro ed ambiente. L'etichetta delle calzature (articolo 10) deve fornire informazioni sull'origine e la lavorazione dei materiali usati per la realizzazione delle parti principali della scarpa. Per l'etichettatura dei prodotti tessili, per i quali si applicano le norme di cui alla direttiva 96/74/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 16 dicembre 1996, l'articolo 11 del presente disegno di legge integra il decreto legislativo 22 maggio 1999, n. 194, che ha recepito la normativa comunitaria, prevedendo l'etichetta informativa per i prodotti realizzati fuori dall'Unione europea.

Il Capo III è dedicato al controllo e alle sanzioni. L'articolo 12 dispone che il Ministero per lo sviluppo economico vigila sulla permanenza dei requisiti per la concessione del marchio, che l'impresa concessionaria attesta tramite autocertificazione, avvalendosi dell'apporto delle camere di commercio che effettuano controlli a campione sulle imprese che utilizzano il marchio. In caso di violazione nell'uso del marchio, il Ministero procede alla revoca la concessione dandone successiva comunicazione al pubblico. L'Alto Commissario per la lotta alla contraffazione e la Guardia di finanza collaborano con il

Ministero dello sviluppo economico nell'attività di controllo.

Per quanto riguarda le sanzioni (articolo 13), esse si sostanziano nell'inibizione triennale della richiesta di autorizzazione all'uso del marchio per quelle imprese che hanno subito la revoca (cinque se la richiesta ri-

guarda lo stesso prodotto per il quale l'autorizzazione all'uso del marchio è stata revocata); l'azione di risarcimento danni in caso di uso fraudolento della carta d'identità e dell'etichettatura; le norme penali e civili previste per l'uso illecito del marchio; l'applicazione di pene accessorie.

DISEGNO DI LEGGE

CAPO I

ISTITUZIONE DEL MARCHIO
«100 PER CENTO *MADE IN ITALY*»

Art. 1.

(Finalità)

1. In conformità a quanto disposto dall'articolo 153 del Trattato istitutivo della Comunità europea, la presente legge ha lo scopo di assicurare un elevato livello di protezione al cittadino consumatore, anche tutelandolo da false o fallaci indicazioni ai sensi dell'articolo 4, comma 49, della legge 24 dicembre 2003, n. 350, e successive modificazioni.

Art. 2.

(Ambito di applicazione)

1. Le norme di cui alla presente legge si applicano, in quanto compatibili, ai marchi aziendali e collettivi e alle denominazioni, indicazioni ed etichettature di cui alle leggi nazionali o regionali vigenti, destinate alla informazione del consumatore sulla sicurezza e sulla qualità dei prodotti, ai sensi del codice del consumo di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206.

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

Art. 3.

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

1. Ferma restando la disciplina prevista dal codice doganale comunitario di cui al regolamento (CE) n. 450/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 23 aprile 2008, la definizione «*made in Italy*» può essere accompagnata da una scheda informativa denominata «carta d'identità del prodotto finito» che contiene informazioni sulla provenienza dei semilavorati di cui il prodotto è composto e sulle lavorazioni eseguite nel processo di fabbricazione cui hanno contribuito imprese di altri Paesi.

2. Entro tre mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, il Ministro dello sviluppo economico, d'intesa con la Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le regioni e le province autonome di Trento e di Bolzano, sentite le associazioni dei consumatori e le associazioni di categoria maggiormente rappresentative dei produttori, stabilisce i contenuti e le modalità applicative della carta d'identità di cui al comma 1.

3. Gli sportelli unici all'estero, nell'ambito dei compiti ad essi attribuiti dalla legge 31 marzo 2005, n. 56, svolgono, nei Paesi esteri, funzioni di prevenzione di fenomeni di contraffazione della carta d'identità di cui al comma 1, raccordandosi con gli esperti del Corpo della guardia di finanza, ove presenti, nell'ambito delle attività svolte da questi ultimi ai sensi del decreto legislativo 19 marzo 2001, n. 68.

Art. 4.

(*Istituzione del marchio*
«100 per cento made in Italy» e definizioni)

1. Ai sensi dell'articolo 1 della presente legge e dell'articolo 4, comma 61, della legge 24 dicembre 2003, n. 350, e successive

modificazioni, al fine di promuovere il diritto dei consumatori a una corretta informazione in ordine ai prodotti il cui processo produttivo è realizzato interamente in Italia, è istituito il marchio «100 per cento *made in Italy*».

2. Si intendono realizzati interamente in Italia i prodotti finiti per i quali:

a) l'ideazione, la progettazione e il disegno del prodotto sono realizzati sul territorio italiano da professionisti, da artigiani ed imprese iscritti alle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura e in regola con il versamento degli oneri tributari e contributivi;

b) la lavorazione e il confezionamento dei prodotti ideati, progettati e disegnati ai sensi della lettera *a)* sono compiuti sul territorio italiano da imprese regolarmente iscritte alla camera di commercio industria, artigianato e agricoltura e in regola con le norme in materia di sicurezza sul lavoro e con il versamento degli oneri tributari e contributivi, utilizzando materie prime anche di importazione, nonché semilavorati grezzi, come definiti alla lettera *g)* del comma 3, realizzati interamente in Italia.

3. Ai fini della presente legge si intende per:

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

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

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

d) «lavorazione», ogni attività del processo produttivo che porta alla realizzazione del prodotto finito;

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

f) «materie prime», ogni materiale o sostanza utilizzato nel processo produttivo e che diventi parte integrante del prodotto finito;

g) «semilavorati grezzi», i prodotti che non hanno terminato tutte le fasi della lavorazione, anche se hanno assunto una determinata forma dalla quale emerge la sagoma del prodotto finito, nonché i manufatti di processi tecnologici di qualsiasi natura, meccanici e non meccanici, che, pur presentando una struttura finita o semifinita, non risultano diretti a uno specifico uso o funzione, ma sono destinati a essere trasformati, inseriti, incorporati, aggiunti o collegati in qualunque forma o con qualsiasi processo tecnologico in altri oggetti, garantiti nel loro complesso dal fabbricante del prodotto finito;

h) «consumatore», la persona fisica come definita dalla lettera a) del comma 1 dell'articolo 3 del codice del consumo di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, e successive modificazioni;

i) «produttore», il fabbricante del bene o il fornitore del servizio, o un suo intermediario come definito dalla lettera d) del comma 1 dell'articolo 3 del codice del consumo di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, e successive modificazioni.

Art. 5.

(Individuazione e riconoscibilità dei prodotti)

1. L'utilizzo del marchio di cui all'articolo 4 è concesso al produttore a valere sui prodotti che l'impresa realizza nel rispetto delle condizioni previste dagli articoli 4, comma 2, e 6.

2. Il marchio di cui all'articolo 4 deve essere apposto sul prodotto finito, in forma indelebile e non sostituibile, in maniera tale da non ingenerare possibilità di confusione da parte del consumatore in merito all'adeguatezza dell'intero prodotto, e non di una sola

parte o componente di esso, alle disposizioni della presente legge.

Art. 6.

*(Modalità e requisiti
per la concessione del marchio)*

1. Il richiedente l'autorizzazione all'uso del marchio di cui all'articolo 4 presenta al Ministero dello sviluppo economico la domanda, unita all'attestazione che il prodotto per il quale si richiede l'utilizzazione del marchio risponde ai requisiti di cui al presente articolo, avvalendosi di istituti di certificazione pubblici o privati autorizzati con decreto del Ministro dello sviluppo economico, da emanare entro tre mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge. Con il medesimo decreto il Ministro dello sviluppo economico stabilisce le modalità di presentazione della domanda e il disciplinare al quale i predetti istituti si attengono per la certificazione dei prodotti, secondo i seguenti criteri direttivi:

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

b) la realizzazione di tutte le fasi di lavorazione del prodotto integralmente sul territorio nazionale;

c) l'effettuazione di analisi chimiche e meccaniche necessarie ad accertare la salubrità dei materiali utilizzati e le qualità meccaniche relative alla resistenza e alla durata del prodotto stesso;

d) le caratteristiche delle materie prime e dei semilavorati utilizzati compresi il Paese d'origine e il produttore.

2. Entro e non oltre due mesi dalla data di presentazione della domanda, il Ministero dello sviluppo economico rilascia l'autorizzazione all'utilizzo del marchio di cui all'ar-

articolo 4 sulla base della certificazione di cui al comma 1, avvalendosi per tale attività dell'Alto Commissario per la lotta alla contraffazione di cui all'articolo 1-*quater* del decreto-legge 14 marzo 2005, n. 35, convertito, con modificazioni, dalla legge 14 maggio 2005, n. 80, e successive modificazioni, di seguito denominato «Alto Commissario».

3. L'autorizzazione all'utilizzo del marchio di cui all'articolo 4 può essere rilasciata dal Ministero dello sviluppo economico a consorzi o società consortili, anche in forma cooperativa, costituiti da imprese, anche artigiane, facenti parte di distretti industriali individuati ai sensi dell'articolo 36 della legge 5 ottobre 1991, n. 317, e successive modificazioni, ovvero di specifiche filiere produttive, qualora tutti i prodotti da essi realizzati abbiano i requisiti richiesti dalla presente legge per ottenere il marchio.

4. È istituito presso le camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura l'albo delle imprese abilitate a utilizzare per uno o più prodotti il marchio di cui all'articolo 4.

5. È istituita presso l'Alto Commissario una banca dati, di pubblica consultazione, che raccoglie e registra i dati riferiti alla carta d'identità dei prodotti di cui all'articolo 3 e i dati riferiti ai produttori e ai prodotti che utilizzano il marchio di cui all'articolo 4.

6. Per l'organizzazione, la tenuta, la gestione dell'albo di cui al comma 4, compresa l'attività istruttoria e di controllo e per l'istituzione della banca dati degli utilizzatori del marchio di cui al comma 5, sono stanziati 5 milioni di euro per ciascuno degli anni 2009, 2010 e 2011.

Art. 7.

(Promozione del marchio e registrazione comunitaria e internazionale)

1. Il Ministero dello sviluppo economico provvede alla registrazione del marchio di cui all'articolo 4 in sede comunitaria e inter-

nazionale presso l'apposito Ufficio di armonizzazione comunitaria, ai fini della tutela internazionale del marchio in Stati terzi ai sensi del regolamento (CE) n. 40/94 del Consiglio, del 20 dicembre 1993, e del protocollo relativo alla intesa di Madrid concernente la registrazione internazionale dei marchi, fatto a Madrid il 27 giugno 1989 e ratificato ai sensi della legge 12 marzo 1996, n. 169.

2. Le imprese facenti parte di distretti industriali individuati ai sensi dell'articolo 36 della legge 5 ottobre 1991, n. 317, e successive modificazioni, ovvero di quelli riconosciuti dalle regioni sulla base delle leggi emanate nell'ambito delle competenze di cui all'articolo 117 della Costituzione, possono altresì concertare azioni di promozione dei prodotti contrassegnati dal marchio di cui all'articolo 4 con le regioni, i comuni e le camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura interessati. Dall'attuazione del presente comma non devono derivare nuovi o maggiori oneri a carico della finanza pubblica.

Art. 8.

(Campagne di informazione dei consumatori)

1. Al fine di informare i consumatori riguardo alla rilevanza delle notizie contenute nella carta d'identità di cui all'articolo 3 e dell'etichettatura di cui all'articolo 9, il Ministero dello sviluppo economico, di intesa con la Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le regioni e le province autonome di Trento e di Bolzano, sentite le associazioni dei consumatori e le associazioni di categoria maggiormente rappresentative dei produttori, attua campagne di informazione capillare utilizzando le emittenti televisive nazionali, la rete radiofonica, la rete INTERNET e stampati da inviare al domicilio dei cittadini.

2. Il Ministero dello sviluppo economico predispone campagne annuali di promozione del marchio di cui all'articolo 4 nel territorio nazionale nonché sui principali mercati internazionali per il sostegno e la valorizzazione della produzione italiana e per la sensibilizzazione del pubblico ai fini della tutela del consumatore.

3. Per il sostegno delle campagne di cui ai commi 1 e 2 si provvede utilizzando le risorse del Fondo di cui all'articolo 4, comma 61, della legge 24 dicembre 2003, n. 350, e successive modificazioni.

CAPO II

ETICHETTATURA DEI PRODOTTI

Art. 9.

(Etichettatura dei prodotti)

1. Ai sensi dell'articolo 6, comma 1, lettera c), del codice del consumo di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, e al fine di consentire un'adeguata informazione agli utilizzatori intermedi e ai consumatori finali sul processo di lavorazione dei prodotti commercializzati sul mercato italiano, è istituito, su base volontaria, un sistema di etichettatura dei prodotti realizzati in Paesi non appartenenti all'Unione europea. Tale sistema di etichettatura deve evidenziare il Paese di origine del prodotto finito, nonché dei prodotti intermedi e la loro realizzazione nel rispetto delle regole comunitarie e internazionali in materia di origine commerciale, di igiene e sicurezza dei prodotti.

2. Nella etichettatura di prodotti finiti e intermedi di cui al comma 1, il produttore o l'importatore forniscono altresì informazioni specifiche sulla conformità alle norme internazionali vigenti in materia di lavoro, sulla certificazione di igiene e sicurezza dei pro-

dotti e sull'esclusione dell'impiego di minori nella produzione, nonché sul rispetto della normativa europea e degli accordi internazionali in materia ambientale.

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

Art. 10.

(Disposizioni in materia di etichettatura delle calzature)

1. Fermo restando quanto previsto dall'articolo 9, le calzature destinate alla vendita al consumatore devono riportare un'etichetta o un marchio recanti informazioni sui materiali delle principali parti che le compongono, quali tomaia, rivestimento della tomaia, suola interna, suola esterna. L'etichetta o il marchio contengono altresì le informazioni relative all'origine dei materiali stessi e alle relative lavorazioni.

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

Art. 11.

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

1. All'articolo 8, comma 1, del decreto legislativo 22 maggio 1999, n. 194, sono aggiunti, in fine, i seguenti periodi: «Per i prodotti realizzati al di fuori dell'Unione europea e qualificati come dispositivi di protezione individuale, ai sensi del decreto legislativo 4 dicembre 1992, n. 475, l'etichetta riporta inoltre la denominazione e il codice identificativo dell'organismo italiano autorizzato che ha rilasciato la relativa certificazione. Quando tali prodotti non sono offerti in vendita a un consumatore, come definito dall'articolo 3 del codice del consumo di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, e successive modificazioni, le informazioni di cui al presente comma possono essere riportate in documenti commerciali di accompagnamento».

CAPO III

CONTROLLI E SANZIONI

Art. 12.

(Controlli)

1. Le imprese che sono state autorizzate all'utilizzo del marchio di cui all'articolo 4 attestano ogni due anni, tramite autocertificazione da depositare presso il Ministero dello sviluppo economico, che per gli scopi di cui al presente articolo può avvalersi delle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura competenti per territorio, il permanere dei requisiti per l'utilizzo del medesimo marchio. Le imprese sono comunque tenute a comunicare immediatamente al Ministero dello sviluppo economico che ha rilasciato il marchio ai sensi dell'articolo 6, l'e-

ventuale venire meno dei relativi requisiti e a cessare contestualmente l'utilizzo del marchio.

2. Le camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura effettuano controlli periodici e a campione sulle imprese che utilizzano il marchio di cui all'articolo 4 ai fini della verifica in merito alla veridicità e alla sussistenza dei relativi requisiti.

3. Il Ministero dello sviluppo economico può comunque acquisire notizie atte a verificare la sussistenza dei requisiti per l'utilizzo del marchio di cui all'articolo 4, segnalando eventuali ipotesi di indebito utilizzo, ai fini dei conseguenti accertamenti, alla camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura competente per territorio.

4. Per le finalità di cui all'articolo 2, comma 2, lettera l), del decreto legislativo 19 marzo 2001, n. 68, è consentito al Corpo della guardia di finanza l'accesso diretto alla banca dati di cui all'articolo 6, comma 5, con modalità stabilite d'intesa con l'Alto Commissario.

5. Il Corpo della guardia di finanza, anche sulla base delle attività di controllo svolte dall'Alto Commissario e dalle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura, di cui ai commi 2 e 3, provvede alle attività di accertamento relative a prevenzione, ricerca e repressione delle violazioni in materia di utilizzo fraudolento della carta d'identità di cui all'articolo 3, del marchio di cui all'articolo 4 e dell'etichettatura di cui all'articolo 9.

6. Nel caso in cui i controlli, le notizie o gli accertamenti di cui ai commi 2, 3 e 4 facciano emergere a carico dell'impresa interessata violazioni nell'utilizzo del marchio di cui all'articolo 4, il Ministero dello sviluppo economico revoca l'autorizzazione all'utilizzo del marchio. Nelle more degli accertamenti di cui al comma 5 l'utilizzo del marchio può essere inibito a titolo cautelare.

7. Il Ministero dello sviluppo economico provvede a rendere nota al pubblico la revoca del marchio disposta ai sensi del

comma 6 tramite appositi comunicati diffusi, a spese dell'impresa interessata, su tre testate giornalistiche, di cui almeno due a diffusione nazionale.

Art. 13.

(Sanzioni)

1. Le imprese alle quali è stato revocato il diritto all'uso del marchio di cui all'articolo 4 non possono presentare nuove richieste di autorizzazione all'utilizzo del marchio prima che siano decorsi tre anni dal provvedimento di revoca. Qualora la richiesta di autorizzazione riguardi lo stesso prodotto per il quale è intervenuto il provvedimento di revoca, essa non può essere presentata prima che siano decorsi cinque anni.

2. In caso di utilizzo fraudolento della carta d'identità di cui all'articolo 3, del marchio di cui all'articolo 4 e dell'etichettatura di cui all'articolo 9, l'Alto Commissario esercita il diritto all'azione di risarcimento danni ai sensi dell'articolo 2043 del codice civile.

3. Qualora ne abbia notizia, il Ministero dello sviluppo economico segnala all'autorità giudiziaria, per le iniziative di sua competenza, i casi di contraffazione e di uso abusivo del marchio di cui all'articolo 4. Si applicano altresì le disposizioni di cui agli articoli 144 e seguenti del codice della proprietà industriale, di cui al decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30.

4. L'uso fraudolento della carta d'identità di cui all'articolo 3, del marchio di cui all'articolo 4 e dell'etichettatura di cui all'articolo 9, è punito con la reclusione da tre a sei anni e con la multa da euro 103 ad euro 2.065. Per l'irrogazione delle pene accessorie si applica l'articolo 518 del codice penale.

6. Nel caso di false o fallaci indicazioni si applica l'articolo 4, comma 49, della legge 24 dicembre 2003, n. 350, e successive modificazioni.

