

(N. 2294)

DISEGNO DI LEGGE

presentato dal Ministro del Commercio con l'Estero

(DE MITA)

di concerto col Ministro del Tesoro

(COLOMBO)

COMUNICATO ALLA PRESIDENZA IL 20 OTTOBRE 1975

Modifica delle procedure amministrative e contabili in materia di attività promozionale delle esportazioni italiane

ONOREVOLI SENATORI. — I problemi concernenti la bilancia dei pagamenti, problemi che nella presente congiuntura rivestono la massima importanza, possono per la quasi totalità ridursi a quelli dell'esportazione, essendo questa, attualmente, l'unico strumento sul quale è possibile far leva ai fini dell'equilibrio degli scambi con l'estero.

Una politica di incentivazione delle esportazioni non può non tenere conto della componente promozionale che, alla luce delle esperienze rilevate in campo mercantile, si pone come vera e propria forza traente del fenomeno esportativo. Se il prezzo e la qualità dei prodotti costituiscono in senso statico la base per il mantenimento delle esportazioni, in senso dinamico è l'azione

promozionale, nelle sue diverse forme, a porsi come elemento indispensabile per la creazione e lo sviluppo delle correnti di scambi con l'estero, in particolare dell'esportazione, tramite la diffusione delle conoscenze dei prodotti dell'industria nazionale sui vari mercati.

Gli strumenti tradizionali di tale azione consistono principalmente nell'organizzazione di mostre all'estero, nella partecipazione a fiere internazionali, nella realizzazione di missioni di operatori italiani all'estero e di missioni di operatori esteri in Italia, nella stampa e diffusione di riviste specializzate, nell'effettuazione di propaganda radio-TV, eccetera sui mercati esteri.

Sebbene questi strumenti possono considerarsi, nel loro complesso, tuttora validi ed efficaci, le più moderne tecniche commerciali e di *marketing* suggeriscono una loro diversa anticolazione, in particolare sotto l'aspetto tecnico ed operativo, che tenga massimamente conto della tempestività di realizzazione delle diverse iniziative.

Infatti, considerata la profonda trasformazione subita negli ultimi anni dai mercati internazionali, la validità e l'efficacia della azione promozionale non dipendono soltanto dalla strutturazione della manifestazione, ma, e soprattutto, dall'individuazione del momento più adatto per l'attuazione delle diverse iniziative. Ciò significa che maggiore è la tempestività dell'azione, maggiori sono le probabilità di successo commerciale.

E noto che attualmente l'azione promozionale pubblica delle esportazioni di competenza del Ministero del commercio con l'estero viene realizzata, per la gran parte, dall'Istituto nazionale per il commercio estero (ICE) al quale vengono affidate, di volta in volta, singole iniziative promozionali con un procedimento particolarmente complesso: presentazione del preventivo da parte dell'ICE, sua approvazione mediante decreto ministeriale, emanazione del titolo di spesa, invio agli organi di controllo, registrazione da parte della Corte dei conti.

Tale sistema, che, di per sé, è causa di un continuo rallentamento dell'attività promozionale, tende a complicarsi ulteriormente per effetto della dinamica commerciale, che comporta modifiche e adattamento dei provvedimenti e, quindi, ripetizione delle procedure testè enunciate.

D'altra parte, l'esigenza di intervenire sollecitamente ed il ritardo che spesso si verifica nell'ottenimento della disponibilità dei fondi occorrenti (a causa della laboriosità dell'*iter* amministrativo) hanno posto l'ICE in condizioni di dover ricorrere alle anticipazioni bancarie per fronteggiare le spese immediate, con il risultato di un accumulo di interessi passivi ed il conseguente indebitamento dell'Ente.

Di qui l'obiettivo fondamentale del presente disegno di legge che intende, da una parte, potenziare l'attività promozionale già

di competenza dell'ICE in modo da porlo in grado di coprire direttamente anche quella sfera di attività già teoricamente riservata al Mincomes e di fatto trasferita volta per volta all'Ente sottordinato, dall'altra, liberare il Ministero da una serie di adempimenti puramente formali, permettendogli così di potenziare quei compiti di direzione e di controllo che, in una moderna visione delle strutture amministrative, sono tipici degli apparati ministeriali.

A tal fine si prevede anzitutto (art. 1, comma primo) l'istituzione di un apposito fondo gestito direttamente dall'ICE, che viene ad essere trasferito anticipatamente, in tre quote, e non per singole iniziative (art. 1, comma secondo).

Al Ministero, a sua volta, viene assicurata una reale capacità di incidenza sull'attività promozionale attraverso la redazione annuale del programma promozionale cui dovrà attenersi l'Istituto — programma che detta le linee direttrici, ripartisce le varie iniziative per settori economici e per aree geografiche, formula previsioni di massima di spesa per singoli settori e per singole aree e prevede, infine, i relativi tempi di attuazione (art. 2, comma primo) — con la facoltà per il Ministero di impartire ulteriori direttive anche a modifica del programma suddetto (art. 2, comma secondo).

Il controllo e la valutazione del Ministero (art. 3, terzo comma) sull'attività promozionale dell'Istituto viene agevolata altresì dalla relazione dettagliata che lo stesso Istituto è tenuto a presentare annualmente.

Quindi, ai fini del potenziamento delle possibilità di controllo, l'articolo 4 prevede che l'Istituto è soggetto, oltre che ai poteri derivanti dal rapporto della sua diretta dipendenza dal Ministero, agli ulteriori controlli, anche ispettivi, che lo stesso Ministero riterà opportuno svolgere sulle singole iniziative.

Non si è ritenuto necessario elencare i poteri spettanti al Ministero sull'Istituto, poteri amplissimi che vanno dalla determinazione dell'indirizzo generale a cui l'Ente deve ispirarsi, alla nomina ed allo scioglimento degli organi direttivi, all'annullamento degli atti illegittimi, all'approvazione del bilancio preventivo e consuntivo, al potere di convocare

i dirigenti dell'Ente e di far eseguire ispezioni, eccetera; si è posto invece l'accento sulla possibilità di esplicitare altre forme di controllo (fra cui il controllo ispettivo), ritenute più idonee ed efficaci per l'individuazione di eventuali responsabilità degli organi preposti alla concreta realizzazione dell'attività promozionale.

Infatti, essendo questa attività strettamente vincolata alle direttive ministeriali — direttive da cui l'Istituto non può discostarsi e la cui grave o persistente violazione legittima lo scioglimento degli organi dell'Ente —, si è ritenuto indispensabile, per il migliore esercizio del potere di controllo, prevedere in modo non equivoco la possibilità di acquisire in ogni tempo tutti gli elementi che consentano al Ministero una piena ed autonoma valutazione e della singola iniziativa e della complessiva attività promozionale svolta dall'Istituto.

Sotto altro aspetto, è noto che l'azione promozionale, condizionata dalle rapide evoluzioni dei mercati, abbisogna di una programmazione facilmente adattabile ai rapidi mutamenti economici internazionali e pertanto basata su immediate disponibilità fi-

nanziarie, senza soluzioni di continuità. Per soddisfare a tali fondamentali esigenze, che trovano particolare riscontro tra la fine ed il principio dei vari esercizi finanziari, l'articolo 5 stabilisce che i fondi non impegnati o non utilizzati nel corso dei singoli esercizi possono essere utilizzati nell'anno successivo: l'opportuno adattamento degli stanziamenti, che vengono previsti annualmente, alle esigenze di un'agile azione promozionale in rapporto alle mutevoli congiunture economiche e settoriali sia dei mercati esteri, sia del mercato interno determina, nel contempo, una maggiore produttività della spesa pubblica.

Va rilevato, infine, che il disegno di legge non comporta alcun onere finanziario per lo Stato, poichè, come si precisa nell'articolo 6, alla copertura della spesa si provvede con la riduzione degli stanziamenti già esistenti in capitoli di bilancio aventi identiche finalità.

L'operatività di tali capitoli non viene del tutto soppressa, ma solo ridotta a quei casi particolari in cui si evidenzia l'opportunità di un intervento diretto delle autorità ministeriali.

DISEGNO DI LEGGE**Art. 1.**

Nello stato di previsione della spesa del Ministero del commercio con l'estero è istituito, a decorrere dall'esercizio finanziario 1976, un apposito capitolo per il finanziamento dell'attività di promozione e di sviluppo degli scambi commerciali con l'estero che l'Istituto nazionale per il commercio estero deve svolgere secondo il programma promozionale di cui all'articolo seguente.

Il fondo iscritto sul predetto capitolo viene trasferito all'Istituto con decreti ministeriali, in tre quote anticipate, in relazione alle esigenze promozionali.

Art. 2.

Il Ministero redige annualmente, tenendo conto dei concreti obiettivi della politica degli scambi con l'estero, un programma contenente, tra l'altro:

- 1) le linee direttrici promozionali;
- 2) la ripartizione delle varie iniziative per settori economici e per aree geografiche;
- 3) le previsioni di massima di spesa per singolo settore e per singola area;
- 4) i tempi prevedibili di attuazione.

Il Ministero emana, ove lo ritenga opportuno, ulteriori direttive anche a modifica del programma promozionale.

Art. 3.

L'Istituto, nell'ambito dell'autonomia riconosciutagli dalle norme vigenti, stabilisce le modalità di attuazione delle singole iniziative, dandone tempestiva comunicazione al Ministero per la rispettiva approvazione.

L'Istituto presenterà al Ministero, per l'approvazione, i rendiconti concernenti le sin-

gole iniziative promozionali, entro 180 giorni dalla realizzazione delle iniziative stesse.

Alla fine di ciascun anno l'Istituto trasmette al Ministero una relazione dettagliata sull'attività svolta, con particolare riferimento ai risultati conseguiti.

Art. 4.

L'Istituto è soggetto, oltre che ai poteri spettanti al Ministero del commercio con l'estero in virtù dell'articolo 5, primo comma, del decreto luogotenenziale 16 gennaio 1946, n. 12, agli ulteriori controlli, anche ispettivi, che lo stesso Ministero ritenga opportuno svolgere sulle singole iniziative promozionali.

Art. 5.

A decorrere dall'anno finanziario 1976, i fondi stanziati nello stato di previsione della spesa del Ministero del commercio con l'estero per lo svolgimento di iniziative promozionali, non impegnati, o, comunque, non utilizzati nel corso dei singoli esercizi finanziari, sono utilizzabili nell'esercizio successivo.

Art. 6.

Alla dotazione del capitolo di cui all'articolo 1 della presente legge si provvede, per l'anno finanziario 1976, mediante riduzioni delle somme iscritte sui capitoli 1552, 1553, 1602, 1604, 1605 e 1608 dello stato di previsione della spesa del Ministero del commercio con l'estero, sulla scorta delle proposte che, a tal fine, saranno formulate dal Ministro del commercio con l'estero.

Il Ministro del tesoro è autorizzato a provvedere, con propri decreti, alle occorrenti variazioni di bilancio.