

# **Norme per la riconoscibilità e la tutela dei prodotti italiani. C. 664 Forlani, C. 790 Contento, C. 848 Lulli, C. 1402 Raisi e C. 1448 Conte.**

## **TESTO ELABORATO DAL COMITATO RISTRETTO ADOTTATO COME TESTO BASE**

### **Art. 1. (Finalità)**

1. La presente legge ha lo scopo di assicurare un livello elevato di protezione dei consumatori, in conformità con il disposto di cui all'articolo 153 del Trattato che istituisce la Comunità europea, anche tutelandoli da false o fallaci indicazioni ai sensi dell'articolo 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 resta in vigore 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. La definizione «*Made in Italy*», ferma restando la disciplina recata dal regolamento (CEE) n. 2913/92 del Consiglio, del 12 ottobre 1992, e successive modificazioni, che istituisce un codice doganale comunitario, può essere accompagnata da una scheda informativa denominata «carta d'identità del prodotto finito» che contiene informazioni utili al consumatore per conoscere la provenienza dei semilavorati di cui il prodotto è composto e le lavorazioni eseguite nel processo di fabbricazione cui hanno contribuito imprese di altri Paesi.

2. I contenuti e le modalità applicative della carta d'identità di cui al comma 1 sono stabiliti con decreto del Ministro dello sviluppo economico, di concerto con il Ministro del commercio internazionale, 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, entro 90 giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge.

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.

### **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, 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 l'ideazione, la progettazione, il disegno, la lavorazione e il confezionamento sono compiuti interamente sul territorio italiano, 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 utilizzati nel processo produttivo e che diventano 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 no, 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;

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.

#### **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 dall'articolo 4, comma 2, e dall'articolo 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 90 giorni 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. L'autorizzazione all'utilizzo del marchio di cui all'articolo 4 è rilasciata sulla base della certificazione di cui al comma 1 entro e non oltre sessanta giorni dalla data di presentazione della domanda, dal Ministero dello sviluppo economico, che si avvale 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.

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 per ottenere il marchio, ai sensi del presente articolo.

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 per la lotta contro la contraffazione 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 2007, 2008 e 2009.

#### **Art. 7.**

##### ***(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 soggetto che ha rilasciato il marchio l'eventuale 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. Le camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura definiscono a tal fine con il Corpo della guardia di finanza le opportune forme di collaborazione.

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 tra il direttore dell'Agenzia delle dogane ed il comandante generale del Corpo della guardia di finanza.

5. Il Corpo della guardia di Finanza, anche sulla base delle attività di controllo svolte dall'Alto Commissario per la lotta alla contraffazione 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. 8.**

##### ***(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 internazionale 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 successive modificazioni, e del protocollo relativo alla intesa di Madrid concernente la registrazione internazionale dei marchi, fatto a Madrid il 27 giugno 1989, reso esecutivo 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 interessate. Dall'attuazione del presente comma non devono derivare nuovi o maggiori oneri a carico della finanza pubblica.

#### **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 lavorativo 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 comunque 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 prodotti 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 e con il Ministro del commercio internazionale, 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 1519-*bis*, secondo comma, lettera *a*), del codice civile, le informazioni di cui al presente comma possono essere riportate in documenti commerciali di accompagnamento».

**Art. 12.**

***(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 di cui all'articolo 6, comma 2, 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 illecito del marchio di cui all'articolo 1 è punito ai sensi del libro II, titolo VII, capo II, del codice penale e del codice della proprietà industriale, di cui al decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30. Per l'irrogazione delle pene accessorie si applica l'articolo 518 del codice penale.

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

**Art. 13**

***(Campagne di informazione dei consumatori).***

1. Per 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, di concerto con il Ministero del commercio internazionale, 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.

## ALLEGATO 2

### Documento di programmazione economico-finanziaria relativo alla manovra di finanza pubblica per gli anni 2008-2011. (Doc. LVII, n. 2)

#### PARERE APPROVATO DALLA COMMISSIONE

La X Commissione (Attività produttive, commercio e turismo), esaminato il Documento di programmazione economico-finanziaria relativo alla manovra per gli anni 2008-2011; rilevato che il DPEF per gli anni 2008-2011 stima, per il 2007, un tasso di crescita del PIL in termini reali, del 2 per cento, a fronte dell'1,9 per cento registrato nel 2006, confermando dunque la previsione di crescita fornita nel marzo scorso nella Relazione unificata sull'economia e la finanza pubblica (RUEF); rilevato altresì, in termini più generali, che per quanto riguarda le valutazioni effettuate dal documento in merito alla materia pensionistica non si tiene opportunamente conto da un lato dell'incremento delle risorse derivante dall'aumento dei contributi deciso in sede di approvazione della scorsa legge finanziaria e dall'altro del miglioramento del dato relativo al tasso di disoccupazione; sottolineato, per quel che riguarda la politica energetica, che nel DPEF si sottolinea la necessità e la volontà del Governo di agire su più fronti per rafforzare le infrastrutture energetiche stesse attraverso: la realizzazione di nuovi terminali di rigassificazione di GNL e gasdotti di importazione, il potenziamento delle capacità dei gasdotti esistenti, la rapida attivazione di nuovi stoccaggi di gas in sotterraneo sia per le riserve strategiche, sia per le esigenze di mercato e la diversificazione delle rotte di approvvigionamento e dei paesi fornitori; rilevato altresì che, per quel che riguarda la materia delle «fonti rinnovabili», nel DPEF si sottolinea come agli strumenti di incentivazione vigenti si aggiungeranno specifiche misure già contenute nel Quadro strategico nazionale per il periodo 2007-2013 e nel Programma industria 2015, cercando nel contempo di rilanciare, attraverso un programma di medio-lungo periodo, la ricerca nei settori delle nuove tecnologie per l'efficienza, lo sfruttamento delle fonti rinnovabili, della cattura e sequestro chimico dell'anidride carbonica e del ciclo dell'idrogeno; considerato che in tema di innovazione e competitività il Governo intende proseguire nell'azione di sostegno al sistema produttivo già delineata con l'iniziativa «Industria 2015» e nella definizione delle strategie del «Quadro strategico nazionale 2007-2013», intervenendo, in particolare, a sostegno del sistema industriale italiano e orientandolo verso obiettivi ad alto contenuto tecnologico, attraverso la diffusione della cultura dell'innovazione e della ricerca;

preso atto che nel documento di programmazione economico-finanziaria si sottolinea, per quel che riguarda il settore della ricerca, la necessità di nuovi investimenti pubblici e soprattutto privati, da attrarre soprattutto attraverso manovre sul versante fiscale e normativo;

segnalato che, nel campo dell'internazionalizzazione delle imprese, il Documento sottolinea come a partire dal 2007 la strategia promozionale del nostro Paese si baserà su Linee Diretrici Triennali (primo ciclo 2008-2010) che garantiranno alle azioni di internazionalizzazione una maggiore capacità di programmazione fondata su: priorità geografiche definite; promozione strategica a salvaguardia dei settori tradizionali del *Made in Italy* (automazione, agroalimentare, abbigliamento, arredamento), nonché potenziamento dei settori più innovativi; utilizzo della leva dell'internazionalizzazione per favorire la crescita dimensionale delle PMI, puntando su progetti di aggregazione per distretti o per filiera; operazioni promozionali congiunte e coordinate delle Regioni e degli enti locali; rilevato che in materia di turismo il Governo intende perseguire gli obiettivi della definizione di adeguate strategie di prodotto, spostando l'impegno pubblico sul miglioramento dell'offerta e in particolare del rapporto qualità/prezzo, favorendo i progetti caratterizzati da una forte aggregazione imprenditoriale, promuovendo un'azione incisiva ed unitaria del turismo nazionale sul mercato mondiale, rafforzando la filiera turistica territoriale, puntando in particolare sul miglioramento della capacità di rispondere all'elevata stagionalità della domanda, esprime

#### PARERE FAVOREVOLE

*con le seguenti osservazioni:*

- a) appare necessario che il Governo provveda all'istituzione di efficienti meccanismi di monitoraggio dell'evoluzione della spesa pubblica che possano costituire validi e realistici supporti per la valutazione dei documenti di programmazione finanziaria;
- b) in materia di politica energetica appare necessario che le decisioni assunte siano complessivamente definite in sede di approvazione del Piano Energetico Nazionale;
- c) occorre meglio specificare e individuare le strategie normative e fiscali che il Governo intende perseguire al fine di attrarre la partecipazione dei privati al finanziamento della ricerca e dell'innovazione, invertendo una sfavorevole tendenza caratteristica del nostro sistema-Paese;
- d) occorre prevedere una politica complessiva di riduzione della pressione fiscale, che favorisca i processi di innovazione e di internazionalizzazione delle imprese, anche attraverso processi di accorpamento delle piccole e medie imprese;
- e) occorre procedere, come più volte annunciato, alla riforma complessiva dei meccanismi di incentivazione alle imprese, al fine di indirizzare in maniera più puntuale i finanziamenti in favore dei settori e delle realtà maggiormente innovative e dinamiche, e che attuano nel contempo politiche dirette alla tutela dell'occupazione e alla sua stabilità;

f) occorre indirizzare la politica complessiva del Governo verso l'incremento dei salari reali dei lavoratori al fine di incidere sullo sviluppo dell'economia anche sul versante dell'aumento della domanda interna;

g) per quanto riguarda il commercio con l'estero e la tutela del *Made in Italy* occorre effettuare un riscontro sulle politiche già avviate negli anni passati, in particolare in relazione al raccordo della politica statale con le iniziative, spesso poco coordinate, assunte in questo settore dalle regioni e dagli enti locali;

h) in relazione alle politiche finalizzate al rilancio del turismo appare necessario destinare al settore risorse specifiche finalizzate al miglioramento della qualità e pluralità dell'offerta e al contenimento dei relativi costi.