

Camera dei deputati

Commissione attività produttive della Camera

Audizioni esperti su tutela made in Italy nell'ambito dell'esame in sede referente del disegno di legge recante disposizioni organiche per la valorizzazione, la promozione e la tutela del made in Italy

Per Istituto Bruno Leoni: Serena Sileoni

In via generale, il disegno di legge reca (cito dalla rubrica) "disposizioni organiche per la valorizzazione, la promozione e la tutela del made in Italy", al fine (cito dalla relazione illustrativa) di "valorizzare e promuovere le produzioni d'eccellenza, le bellezze storico artistiche e le radici culturali nazionali". Tale valorizzazione, si apprende, ha un obiettivo sia di preservazione delle identità nazionali sia di sostegno alla crescita economica.

Tutto si regge dunque su questi due binari, rispetto ai quali tuttavia servirebbe un supplemento di riflessione circa la loro sovrapposibilità: c'è, difatti, una differenza tra l'eccellenza in termini di profitto e efficienza economica e eccellenza in termini di tutela del "vivere italiano". Non sono necessariamente di cose opposte, ma non sono nemmeno la stessa cosa. Se guardiamo a come garantire la crescita economica, dovremmo ad esempio constatare che l'efficienza economica richiede, oggi più di ieri, una organizzazione aziendale complessa, capace - per dimensioni, capacità negoziale, know how - di essere un anello delle catene anche solo regionali del valore. Qualcosa che non ha necessariamente a che fare con "il senso del bello e del ben fatto" o con il "recupero delle tradizioni" evocati nel disegno di legge. Se servisse un esempio per comprendere quanto le due cose sono distanti, potrei richiamare anche solo la questione delle concessioni balneari marittime.

In via generale, la proposta confonde e mescola i due piani. Non potrebbe essere altrimenti, data la difficoltà anche solo di chiarire cosa sia il senso del bello e del ben fatto e quindi la necessità di appiattare gli strumenti a difesa di una presunta italianità con quelli tipici della politica industriale.

Ma gli effetti rischiano di essere inutili se non paradossali.

Ad esempio, siamo sicuri che, al di là delle etichette, la giornata del made in Italy, il comitato nazionale per la promozione dell'immagine dell'Italia, l'impegno dei ministeri e delle relative amministrazioni di valorizzare e salvaguardare il patrimonio culturale immateriale, i marchi per i luoghi della cultura, il piano nazionale e strategico, la ricognizione delle produzioni tipiche da parte delle regioni siano qualcosa che davvero stimoli la crescita dell'economia italiana?

Siamo sicuri che il liceo Made in Italy sia una reale offerta formativa pensata per gli studenti, considerando un curriculum che è un misto tra istituto tecnico commerciale più linguistico?

Se queste previsioni rischiano di essere solo pleonastiche, rispetto alle esigenze di mercato da un lato ma anche di tutela culturale dall'altro, ve ne sono altre che rischiano di avere effetti paradossali.

Ad esempio, il Fondo sovrano è una CDP in XVI, ci sono norme per la promozione del turismo quando con l'altra mano il legislatore e le amministrazioni territoriali sembrano voler ostacolare il turismo di massa (v. airbnb); il contrassegno per il made in Italy è pensato per attestare l'origine italiana dei beni, ma dimentica che spesso le tradizioni riguardano la lavorazione, e non la materia prima. Ancora, perché si tutela il settore del legno e non dell'oreficeria, dove pure l'Italia eccelle? Perché quello del tessile e non quello dei pellami e del cuoio? Senza dimenticare che le eccellenze dal punto di vista della crescita economica italiana sono altre, come la componentistica di precisione.

La questione che balza all'occhio, tuttavia, è un'altra: le iniziative previste dalla legge sono finanziate con risorse a ben vedere irrisorie, da quelle per la Fondazione imprese e competenze a quelle a sostegno dei singoli settori al Fondo sovrano medesimo.

Da un lato, quindi, ci sono le norme di bandiera. Dall'altro, microfinanziamenti senza un reale criterio di allocazione delle risorse. Il tutto perché dire cosa è made in Italy, e di conseguenza difenderlo, è una questione più complessa, legislativamente, rispetto a qualche dichiarazione politica. La realtà è che il made in Italy è molto più semplice e al tempo stesso complesso di quello che emerge dal testo: è ciò che viene fatto in Italia, da imprese italiane o estere, lavoratori italiani o stranieri, con materie prime italiane o straniere, con metodi tradizionali o innovativi. E se questo è l'unico criterio economicamente (ma anche linguisticamente) valido, allora ne dovremmo dedurre che per tutelare il made in Italy non servono slogan o iniziative folkloristiche, ma un paese con istituzioni che funzionano, regole certe, un rapporto tra Stato e operatori economici che non sia basato, come in questa legge, sull'aspettativa di raccogliere qualche briciola dalla benevolenza del legislatore.