

INTERPELLANZA

Premesso che

- la scrivente nella X° legislatura, nell'ambito della discussione sul percorso finalizzato all'acquisizione di ulteriori forme e condizioni particolari di autonomia, ai sensi dell'articolo 116, comma terzo della Costituzione, nella seduta del 16 gennaio 2018, avanzò la proposta tesa a porre le condizioni perché nascesse il marchio "made in Emilia-Romagna", consegnando la relativa documentazione, inerente alla proposta, nelle mani della Giunta regionale che si riservò di valutare la proposta nel merito;

visti

- l'articolo 35 della Costituzione italiana prevede che "la Repubblica tutela il lavoro in tutte le sue forme ed applicazioni";
- l'articolo 4, comma 1, lett. b), dello Statuto regionale che reca; "la Regione opera [...] per favorire una occupazione piena, stabile, sicura e regolare, adeguatamente retribuita, sulla base dei principi di cui agli articoli 36 e 37 della Costituzione";
- l'articolo 5, comma 1, dello Statuto regionale che reca; "la Regione promuove politiche e regole che assicurino diritti, trasparenza e libera concorrenza nell'economia di mercato, per favorire la qualità dei prodotti e la creazione di ricchezza e di lavoro nello spirito dell'articolo 41 della Costituzione";

rilevato che

- secondo i dati Eurostat, l'Emilia-Romagna è ai primi posti in Europa per quanto riguarda la registrazione per i marchi insieme ad altre Regioni quali Lombardia, Veneto, Lazio, Toscana e Piemonte;
- l'Emilia-Romagna è la regione prima in Europa per numero di prodotti Dop e Igp, i marchi di denominazione di origine protetta e indicazione geografica protetta attribuiti dall'Unione europea a garanzia della qualità dei prodotti stessi,
- pur non essendoci un marchio **Made in Emilia-Romagna**, tale denominazione corrisponde nel gergo commerciale ad un mondo in cui si incrociano comparti con filiere e vere e proprie eccellenze ,con tessuti imprenditoriali localizzati, tradizioni artigianali e alimentari di alto livello;
- una parte significativa del made in Italy, che è sempre più richiesto nel mondo, nasce in Emilia-Romagna, con una consistenza quantitativa, con dimensioni economiche (numero di imprese e numero di addetti), capacità di stare sul mercato (export e vocazione internazionale), solidità dei modelli di business, capacità di tenere insieme tradizione e innovazione in un mix che si incarna in prodotti sempre nuovi, che può portare ad identificare nel mondo un **Made in Emilia-Romagna**, caratterizzato da prodotti, ovunque simbolo del migliore made in Italy, dal Parmigiano Reggiano al Prosciutto di Parma, dall'Aceto balsamico alla Piadina romagnola, dal Cotechino di Modena alla Mortadella di Bologna, fino alla pasta ripiena, ai vini e al Sale di Cervia, grandi nomi e grandi marchi dell'agroalimentare, tradizione di un 'saper fare' che dalla terra alla tavola è sinonimo di qualità ed eccellenza;

considerato che

- a causa di una congiuntura economica non favorevole su cui si è innescata l'espandersi dell'epidemia *coronavirus* che fa segnalare effetti devastanti anche sull'economia, occorrerà agire in futuro su ricerca e innovazione per stimolare la ripresa economica per creare le condizioni necessarie per permettere alle nostre imprese di avere una presenza sui mercati esteri, oggi fortemente a rischio, sia per attirare investimenti che per proteggere i nostri marchi da contraffazioni che non hanno alcuna ragion d'essere;
- la costruzione di un unico tessuto di supporto, che riporti un'etichetta comune "Made in Emilia Romagna", potrebbe rappresentare un risultato spendibile a qualsiasi livello, da quello economico fino a quello culturale e questo marchio potrebbe ricomprendere, anche, le eccellenze meno note, ma egualmente rappresentative della qualità e del valore del lavoro degli emiliano romagnoli ed essere parte del più noto "Made in Italy";

rilevato che

- allo stato attuale la tutela del consumatore non rientra nel novero delle competenze regionali, bensì in quello dello Stato (diritto civile);

Interpella la Giunta regionale per sapere

- se non ritenga opportuno valutare, anche nell'ambito della futura procedura volta ad ottenere forme e condizioni particolari di autonomia, a norma dell'art. 116 della costituzione, interlocuzioni con il Governo volta a dimostrare le opportunità che si possono aprire con l'adozione di un marchio regionale collettivo di qualità per garantire l'origine, la natura e la qualità nonché la valorizzazione dei prodotti agricoli e agroalimentari, ed artigianali e altri di particolare pregio, denominato marchio regionale, "**Made in Emilia-Romagna**" con conseguente registrazione a norma della legislazione vigente, tenuto conto che tale marchio potrebbe originare maggiori vendite e dunque maggiori incassi fiscali sia per lo Stato che per la Regione.