

CAMERA DEI DEPUTATI N. 6165

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

COLUCCINI, ADDUCE, ALBONETTI, BENVENUTO, BIELLI, BOATO, CAMO, CARBONELLA, CAZZARO, CENNAMO, CIALENTE, COLLAVINI, COLLÈ, CRISCI, D'AGRÒ, DI GIOIA, DI SERIO D'ANTONA, DIANA, FILIPPESCHI, FIORI, FLUVI, GAMBA, GIACCO, GRANDI, LABATE, LOSURDO, LUCCHESI, MARAN, RAFFAELLA MARIANI, MARIOTTI, MAZZONI, META, MOTTA, ORICCHIO, PAPPATERRA, PENNACCHI, PERROTTA, PINOTTI, PISTONE, POTENZA, RAINISIO, RANIERI, REALACCI, ROTUNDO, RUGGHIA, RUZZANTE, SANDI, SCIACCA, SINISCALCHI, STRANO, TIDEI, TOLOTTI, TRUPIA, ZUNINO

Istituzione del marchio « I luoghi del Grand Tour Italia »

Presentata il 3 novembre 2005

ONOREVOLI COLLEGHI! — Da diversi anni il nostro Paese si trova a dover registrare la singolare e contraddittoria condizione che vede una crescente attenzione e interesse sociale nei confronti dell'immenso e variegato patrimonio storico, artistico e paesaggistico italiano, fenomeno che dovrebbe potersi tradurre anche in una crescente ricaduta in termini di flussi turistici, e allo stesso tempo in una costante flessione della capacità attrattiva del sistema turistico dell'Italia, spesso determinata anche dalla incapacità di riuscire a rispettare e a valorizzare adeguatamente tale patrimonio.

Una rinnovata visione strategica delle suddette tematiche presuppone una diversa capacità dell'intervento pubblico che oltre a sostenere adeguatamente il settore tradizionale, in difficoltà anche a causa della concorrenza di dinamici Paesi del Mediterraneo, assuma l'importanza strategica di una politica di intervento volta al miglioramento e all'ampliamento dell'offerta nei segmenti dove l'Italia vanta l'invidiabile « monopolio » dei diffusi giacimenti culturali.

In tale ottica si è dimostrata molto opportuna e utile l'iniziativa dell'Associazione nazionale dei comuni italiani « Il

Paese delle mille identità; i valori dell'Italia irriproducibile e non delocalizzabile» che ha posto al centro delle riflessioni l'opportunità di creare una «marca Italia».

Se si osservano i risultati economici del settore turistico, si nota come, pur all'interno di un quadro che appare in chiara difficoltà, emerga il dato positivo dell'aumento delle presenze nelle città d'arte italiane cosiddette «minori». Questo è il segno evidente di una nuova tendenza dei consumi, sempre più orientati verso forme di soggiorno basate su motivazioni di piacere, svago, divertimento e conoscenza di luoghi, in cui al gusto dell'arte e del paesaggio si uniscono la degustazione dei prodotti tipici e l'acquisto di prodotti dell'artigiano e di oggetti d'arte. Tali flussi turistici sembrano rinnovare, in chiave moderna, la moda del «Grand Tour» che, soprattutto nel XVIII secolo, portò in Italia, da ogni parte d'Europa, molti giovani benestanti, artisti, intellettuali e aristocratici per erudirsi nel campo culturale e dei rapporti sociali.

È da questa moda che nacque il nuovo genere letterario del «libro del viaggio», cui anche Goethe si ispirò con il celebre «*Viaggio in Italia*».

Le varie modalità di fruizione del turismo culturale, cui oggi possono accedere fasce di consumatori sempre più ampie, nascono dalla ricerca del viaggio, preferibilmente al di fuori dei circuiti di massa. Tale propensione è confermata dall'incremento significativo delle presenze in piccole strutture ricettive nei settori dell'agriturismo e del «*bed and breakfast*» e dall'espansione del settore camperistico.

I risultati positivi del segmento del turismo culturale sono stati raggiunti anche per effetto delle politiche culturali realizzate dagli enti locali, le cui iniziative e pubblicazioni, in molti casi, contengono dei riferimenti storico-culturali al «Grand Tour». Tuttavia, queste pur meritevoli iniziative scontano il *deficit* di una strutturazione non coordinata e concordata della qualificazione e della promozione dei rispettivi patrimoni e della relativa offerta culturale e turistica.

Ben più incisiva sarebbe dunque una politica volta alla creazione di un *brand* «Grand Tour Italia», per facilitare la coesione a una politica di sostegno e di valorizzazione delle molteplici iniziative decise dagli attori locali. In una società moderna in cui «l'economia della conoscenza» porta ad attribuire un valore strategico ai beni immateriali, quali brevetti, diritti d'autore, marchi, domini, eccetera, l'intervento pubblico è giustificato dalla necessità di stabilire regole sia dal lato della produzione di beni e di servizi che da quello della tutela dei diritti del consumatore.

In coerenza con tali premesse, la presente proposta di legge è finalizzata a valorizzare il grande patrimonio regionale e locale e la memoria delle tante culture e località protagoniste del fenomeno del «Grand Tour Italia».

Tali finalità, delineate nell'articolo 1, ci inducono a proporre, con l'articolo 2, l'istituzione del marchio «I luoghi del Grand Tour Italia» da attribuire alle realtà locali e alle iniziative interessate o riguardanti l'esperienza storica del «Grand Tour Italia» tra il XVIII e il XIX secolo.

Con l'articolo 3 si prevede di attribuire alla Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, la definizione delle linee guida degli interventi di recupero e di valorizzazione del patrimonio storico, artistico e paesaggistico delle località cui è stato rilasciato l'istituendo marchio. La stessa Conferenza dovrà inoltre determinare i criteri generali per il rilascio del marchio, i criteri di composizione della commissione tecnico-scientifica, prevista dall'articolo 4, la ripartizione delle risorse finanziarie del Fondo nazionale di sostegno delle iniziative oggetto della presente proposta di legge, le modalità di verifica della qualità dei progetti ammessi al sostegno finanziario del citato Fondo, nonché gli indirizzi per la definizione delle iniziative di promozione sia a livello nazionale che internazionale del marchio «I luoghi del Grand Tour Italia».

L'articolo 4, oltre a disciplinare le modalità di designazione e le caratteristiche professionali dei membri della commissione tecnico-scientifica di garanzia per la certificazione del marchio, ne delinea i relativi compiti che dovranno riguardare la definizione delle caratteristiche storiche, culturali e paesaggistiche dei beni e delle località ammessi ai benefici previsti dalla presente proposta di legge, l'individuazione delle aree e delle località interessate dal « Progetto Grand Tour Italia » l'esame delle richieste di attribuzione del marchio, nonché l'assegnazione del marchio.

Le condizioni per il rilascio del marchio sono definite dall'articolo 5, mentre l'articolo 6 stabilisce le condizioni per la continuazione dell'utilizzo del marchio da parte dei soggetti beneficiari.

Con l'articolo 7 si provvede all'istituzione del Fondo di sostegno finanziario degli interventi del « Progetto Grand Tour Italia ». Secondo la presente proposta di legge sono ammessi all'intervento del Fondo:

a) i progetti di restauro o di adeguamento delle condizioni di accessibilità dei luoghi e degli edifici individuati come attinenti il « Progetto Grand Tour Italia », i progetti di conservazione, ripristino e valorizzazione del paesaggio, di restauro dei beni del patrimonio culturale, la crea-

zione e il completamento di appositi spazi attrezzati per uso pubblico, di parchi letterari o di itinerari culturali;

b) le iniziative di promozione del marchio « I luoghi del Grand Tour Italia » sia in ambito nazionale che internazionale, anche attraverso conferenze, convegni, seminari di studio, mostre, esposizioni, rassegne, concorsi letterari, opere teatrali e dell'industria cinematografica, spettacoli dal vivo;

c) l'ideazione di itinerari di viaggio, di formule agevolative, promossi da soggetti pubblici o privati, volti a favorire l'accesso ai siti e agli eventi culturali rientranti nel « Progetto Grand Tour Italia ».

L'articolo 8 prevede le sanzioni nei casi di un uso improprio del marchio.

Nell'articolo 9 si prevede la necessità di provvedere alla registrazione comunitaria del marchio da parte del Ministro per i beni e le attività culturali al fine di prevenire possibili usi impropri da parte di soggetti terzi al nostro Paese.

Con l'articolo 10 si propone la possibilità di verificare, attraverso un'apposita relazione governativa al Parlamento, l'attuazione e gli effetti della legge.

Infine, con l'articolo 11 si provvede alla copertura finanziaria delle disposizioni della legge.

PROPOSTA DI LEGGE

ART. 1.

(Finalità).

1. Al fine di tutelare e di valorizzare il paesaggio e il patrimonio storico, artistico e culturale del Paese e in particolare delle realtà locali che nel corso del XVIII e XIX secolo furono meta delle esperienze di viaggio di letterati, pittori e artisti in genere, lo Stato, in collaborazione con le regioni e le amministrazioni locali, favorisce l'elaborazione e l'adozione di programmi di intervento volti al recupero, alla conservazione, alla promozione, allo studio e alla ricerca dei giacimenti culturali di cui alla presente legge.

ART. 2.

(Istituzione del marchio).

1. In coerenza e in attuazione delle finalità di cui all'articolo 1, è istituito il marchio « I luoghi del Grand Tour Italia » da assegnare a siti e a iniziative promosse nelle località che furono meta del fenomeno storico-culturale denominato « Grand Tour » e che conservano caratteri di originalità nonché peculiarità paesaggistiche e architettoniche meritevoli di particolare tutela e valorizzazione.

2. L'uso del marchio « I luoghi del Grand Tour Italia » è riservato alle amministrazioni locali e ai titolari di beni nonché ai promotori di iniziative oggetto di riconoscimento ai sensi della presente legge.

ART. 3.

(Programmazione degli interventi).

1. In coerenza con le finalità della presente legge, in sede di Conferenza uni-

ficata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, sono definite le linee guida dell'insieme delle iniziative da ricomprendere in uno strumento di programmazione, denominato « Progetto Grand Tour Italia », volto al recupero e alla valorizzazione del patrimonio storico, artistico e paesaggistico delle località da contrassegnare con il marchio di cui all'articolo 2.

2. In sede di Conferenza unificata ai sensi del comma 1 sono altresì determinati:

a) i criteri per il rilascio del marchio di cui all'articolo 2;

b) i criteri di composizione e le modalità operative della commissione di cui all'articolo 4;

c) la ripartizione delle risorse del Fondo di cui all'articolo 7;

d) le modalità di verifica della qualità dei progetti ammessi ai finanziamenti del Fondo di cui all'articolo 7;

e) gli indirizzi per la definizione delle misure per la promozione, la diffusione e la pubblicizzazione del marchio di cui all'articolo 2, sul territorio nazionale e internazionale, anche attraverso la indizione di appositi concorsi nazionali.

ART. 4.

(Commissione tecnico-scientifica).

1. Entro due mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge è istituita, presso il Ministero per i beni e le attività culturali, di intesa con la Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, la commissione tecnico-scientifica di garanzia per la certificazione del marchio « I luoghi del Grand Tour Italia », di seguito denominata « commissione ».

2. I membri della commissione sono scelti tra docenti universitari nelle materie storico-letterario-artistiche e tra personalità del mondo delle arti e della gestione

dei beni culturali, con comprovata esperienza e indipendenza di giudizio.

3. La commissione provvede:

a) alla definizione delle caratteristiche storiche, culturali e paesaggistiche dei beni e delle località ammessi ai benefici di cui alla presente legge;

b) alla periodica individuazione delle aree e delle località interessate dal « Progetto Grand Tour Italia »;

c) all'esame delle richieste di attribuzione del marchio « I luoghi del Grand Tour Italia »;

d) all'assegnazione del marchio « I luoghi del Grand Tour Italia ».

ART. 5.

(Condizioni per il rilascio del marchio).

1. I soggetti che intendono avvalersi del marchio « I luoghi del Grand Tour Italia » allegano alla richiesta di attribuzione il protocollo di adesione contenente in particolare una autocertificazione recante l'attestazione che la conservazione, il ripristino, il restauro, l'adeguamento delle condizioni di accessibilità agli immobili, ai luoghi e alle opere rispettano i criteri di pregio, di esclusività e di originalità individuati dalla commissione.

2. Il protocollo di adesione contiene altresì la dichiarazione di ottemperanza alle norme vigenti in materia di lavoro, fiscale, contributiva e ambientale, nonché l'impegno a favorire l'attività istruttoria e ispettiva della commissione.

ART. 6.

(Condizioni per la continuazione del diritto all'uso del marchio).

1. I soggetti che hanno ottenuto il diritto all'uso del marchio « I luoghi del Grand Tour Italia » hanno l'obbligo di rinnovare entro il 31 dicembre di ciascun anno, a pena di decadenza, l'autocertificazione di cui all'articolo 5.

2. La commissione può acquisire, da qualsiasi fonte, notizie atte a verificare la sussistenza dei requisiti per l'attribuzione del marchio «I luoghi del Grand Tour Italia». Nel caso in cui pervengano notizie certe e documentate circa una violazione, la commissione può deliberare l'apertura di una istruttoria e disporre ispezioni nei luoghi certificati.

3. Sentite le parti interessate, la commissione può fissare un termine per la rimozione delle violazioni; decorso inutilmente il termine o in presenza di ripetute infrazioni, la commissione delibera la decadenza dal diritto all'uso del marchio «I luoghi del Grand Tour Italia» e ne dà notizia sui giornali a diffusione nazionale.

ART. 7.

(Istituzione del Fondo di finanziamento degli interventi del «Progetto Grand Tour Italia».

1. È istituito presso la commissione il Fondo di finanziamento degli interventi del «Progetto Grand Tour Italia», di seguito denominato «Fondo», per il sostegno dei progetti di interventi di recupero, di conservazione e di valorizzazione dei beni e delle opere del patrimonio culturale di cui alla presente legge.

2. Sulla base delle linee guida e dei criteri definiti ai sensi dell'articolo 3, l'accesso al Fondo è consentito ai soggetti pubblici e privati che hanno presentato alla commissione progetti per:

a) il restauro e l'adeguamento delle condizioni di accessibilità agli istituti e ai luoghi della cultura, quali i musei, le biblioteche e gli archivi, le aree e i parchi archeologici, i complessi monumentali;

b) la conservazione, il ripristino e la valorizzazione del paesaggio, quale parte omogenea di territorio i cui caratteri derivano dalla natura, dalla storia umana o dalle possibili interrelazioni tra storia e natura;

c) il restauro dei beni del patrimonio culturale;

d) la creazione e il completamento di appositi spazi attrezzati per uso pubblico, parchi letterari, itinerari culturali;

e) iniziative di promozione del marchio « I luoghi del Grand Tour Italia » sia in ambito nazionale che internazionale, anche attraverso conferenze, convegni, seminari di studio, mostre, esposizioni, rassegne, concorsi letterari, opere teatrali e dell'industria cinematografica, spettacoli dal vivo;

f) l'ideazione di itinerari di viaggio;

g) l'ideazione di formule agevolative, promosse da soggetti pubblici e privati, volte a favorire l'accesso ai siti e agli eventi culturali rientranti nel « Progetto Grand Tour Italia ».

3. In ragione dell'entità del progetto e degli obiettivi indicati nello stesso è riconosciuto ai soggetti privati che ne hanno fatto richiesta un contributo per un valore non eccedente il 50 per cento del costo complessivo del progetto stesso.

4. I contributi di cui al comma 3 sono cumulabili con analoghi strumenti di sostegno finanziario previsti da disposizioni regionali o dell'Unione europea, in misura comunque non eccedente il limite del 50 per cento del costo complessivo del progetto.

5. Il 60 per cento delle risorse del Fondo è destinato al finanziamento dei progetti proposti o comunque riguardanti i comuni con popolazione inferiore a 30 mila abitanti.

ART. 8.

(Sanzioni).

1. Salvo che il fatto costituisca reato, l'uso illecito del marchio « I luoghi del Grand Tour Italia » e le false dichiarazioni nel protocollo di adesione di cui all'articolo 5 sono puniti con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da un minimo di 1.000 euro a un massimo di 30.000 euro.

ART. 9.

(Registrazione del marchio comunitario).

1. Il Ministro per i beni e le attività culturali promuove la registrazione del marchio « I luoghi del Grand Tour Italia » come marchio comunitario, presso l'apposito Ufficio di armonizzazione dell'Unione europea, ai fini della tutela internazionale del marchio in Paesi terzi.

ART. 10.

(Relazione al Parlamento).

1. Il Ministro per i beni e le attività culturali presenta annualmente al Parlamento una relazione sull'attuazione delle disposizioni della presente legge.

ART. 11.

(Copertura finanziaria).

1. All'onere derivante dall'attuazione della presente legge, valutato in 30 milioni di euro per ciascuno degli anni 2005, 2006 e 2007, si provvede mediante corrispondente riduzione dello stanziamento iscritto, ai fini del bilancio triennale 2005-2007, nell'ambito dell'unità previsionale di base di conto capitale « Fondo speciale » dello stato di previsione del Ministero dell'economia e delle finanze per l'anno 2005, allo scopo parzialmente utilizzando l'accantonamento relativo al medesimo Ministero.

2. Il Ministro dell'economia e delle finanze è autorizzato ad apportare, con propri decreti, le occorrenti variazioni bilancio.

PAGINA BIANCA

PAGINA BIANCA

€ 0,30



14PDL0079250