

# Rassegna

**di Diritto della Moda  
e delle Arti**

dottrina  
e giurisprudenza  
commentata

Rivista semestrale

Fasc. 1/2025

*dirittomodaearti.it*

ISSN 2785-6259

## Rassegna di diritto della moda e delle arti

*Rivista semestrale*

### Direttore scientifico

Prof. Enrico Damiani

### Comitato di direzione

Enrico Al Mureden (Alma Mater Studiorum Università di Bologna), Andrea Barengi (Università degli Studi del Molise), Laura di Bona (Università degli Studi Carlo Bo), Enrico del Prato (Università degli Studi di Roma La Sapienza), Romolo Donzelli (Università degli Studi di Macerata), Laura Marchegiani (Università degli Studi di Macerata), Sandro Nardi (Università degli Studi di Foggia), Barbara Pozzo (Università degli Studi dell' Insubria), Stefano Villamena (Università degli Studi di Macerata).

### Comitato scientifico

Benedetta Agostinelli (Università Roma Tre), Luca Barchiesi (Università degli Studi di Macerata), Nathan Allix (Université Paris II Panthéon-Assas), Alessio Bartolacelli (Università degli Studi di Macerata), Giovanni Berti De Marinis (Università di Perugia), Charles-Edouard Bucher (Université de Nantes), Ermanno Calzolaio (Università degli Studi di Macerata), Ilaria Caggiano (Università degli Studi Suor Orsola Benincasa), Francesca Cangelli (Università degli Studi di Foggia), Marta Cenini (Università dell' Insubria), Tommaso Dalla Massara (Università degli Studi di Roma Tre), Manuel Espejo Lerdo De Tejada (Universidad de Sevilla), Chiara Feliziani (Università degli Studi di Macerata), Francesco Gambino (Università degli Studi di Macerata); Geo Magri (Università dell' Insubria), Fabrizio Marinelli (Università degli Studi dell' Aquila), Manuel Garcia Mayo (Universidad de Sevilla), Lucilla Gatt (Università degli Studi Suor Orsola Benincasa), Michaela Giorgianni (Università degli Studi di Roma La Sapienza), Juan Pablo Murga Fernández (Universidad de Sevilla), Guido Noto La Diega (University of Stirling), Andreas Rahmatian (University of Glasgow), Carmela Robustella (Università degli Studi di Foggia), Claudio Scognamiglio (Università degli Studi di Roma Tor Vergata), Antoine Touzain (Université Rouen-Normandie), Laura Vagni (Università degli Studi di Macerata), Camilo Zufelato (Universidade de São Paulo).

### Comitato di redazione

Caporedattrici: Giorgia Vulpiani (Caporedattrice sezione moda – Università degli Studi di Macerata), Chiara Iorio (Caporedattrice sezione arte – Università degli Studi di Macerata).

Alessandro Berrettini (Università degli Studi di Camerino), Chantal Bompreszi (Università di Bologna), Luca Antonio Caloiaro (Università degli Studi di Roma Unitelma Sapienza), Sara Cavagnero (Northumbria University), Maxime Cormier (Université Paris II Panthéon-Assas), Josephine Cuzzo (Università degli Studi di Roma La Sapienza); Martina D' Onofrio (Università degli Studi di Verona), Jeanne De Dinechin (Université Paris II Panthéon Assas) Francesca Ferretti (Università degli Studi di Camerino), Daniele Foresta (Università di Catania); Clémentine Hebrard (Université Paris II Panthéon-Assas), Eva Helesbeux (Université Paris II Panthéon Assas), Carlotta Ippoliti Martini (Alma Mater Studiorum Università di Bologna), Daria Onitii (University of Edimburgh); Cristina Evangelina Papadimitriu (Università degli Studi di Messina); Michele Spinozzi (Università Politecnica delle Marche); Maria Zinno (Università degli Studi di Roma La Sapienza).

### Comitato di referaggio

Alessandra Dignani (Università di Macerata), Matilde D' Ottavio (Università Politecnica delle Marche), Francesca Guaricci (Università di Macerata), Miriam Larocca (Università di Camerino), Emanuele Montagna (Università di Camerino), Tanya Tiberi (Università di Macerata).

Registrazione presso il Tribunale di Macerata al n. 652/2022. Direttore responsabile: Lisa De Leonardis.

Editore: Associazione per la promozione dello studio e della ricerca in materie giuridiche, con sede in Macerata (MC), via Carducci n. 67

## INDICE

### SAGGI

#### DIRITTO CIVILE

- SANDRO NARDI, *Il matrimonio all'opera. Divagazioni tra diritto e musica*.....6
- GIORGIA VULPIANI, *La sanabilità della nullità nel codice dei beni culturali e del paesaggio*.....16
- FRANCESCA COSTARELLI, *Upcycling e moda: brevi cenni alle prime iniziative giudiziarie*.....26
- PIETRO MARINANGELI, *«Il mercante di Venezia» di William Shakespeare: quando la legalità formale entra in tensione con l'equità sostanziale*.....34
- VITTORIA LA GROTTIERA, *Bank\$y, il giurista di strada: ripensare la giustizia attraverso l'arte urbana*.....57

#### DIRITTO AMMINISTRATIVO

- MARTINA MAGGIOLINI, *Il concetto di valorizzazione tra Codice dei beni culturali e legge sul Made in Italy*.....68

### NOTE

- ENRICO DAMIANI, *Diritto al nome, diritto all'immagine e loro sfruttamento commerciale senza autorizzazione*.....81

### VARIA FRAGMENTA

- MIRIAM GARAGUSO, *Estetica del Packaging e rilevanza del marchio nel diritto industriale*.....92

**SAGGI**

## **DIRITTO AMMINISTRATIVO**

## Il concetto di valorizzazione tra Codice dei beni culturali e legge sul Made in Italy

MARTINA MAGGIOLINI

Dottoranda di ricerca in Ordine giuridico ed economico europeo dell'Università Magna Graecia di Catanzaro

Il contributo analizza il concetto di valorizzazione mettendo a confronto la disciplina contenuta nel Codice dei beni culturali e del paesaggio (d.lgs. 42/2004) e quella introdotta dalla Legge n. 206/2023 sul Made in Italy. Il lavoro si propone di evidenziare come entrambi i dettati normativi, pur insistendo su ambiti differenti rispettivamente culturale la prima e economico-produttivo la seconda sono volte al perseguimento di un interesse pubblico generale ovvero la tutela e la valorizzazione degli *asset* identitari della Nazione. In particolare, nel Codice dei beni culturali e del paesaggio, la locuzione 'valorizzazione' si riferisce alla funzione pubblica di natura culturale, volta a garantire la conoscenza, la fruizione e la trasmissione del patrimonio storico-artistico; al contempo, nella Legge sul Made in Italy, il concetto di valorizzazione si estende altresì alla protezione e promozione delle attività riconducibili alla manifestazione del patrimonio culturale anche immateriale. Pertanto, si offre una lettura sistemica del concetto di valorizzazione presente nel nostro ordinamento in un'ottica funzionale unitaria, fondata sui principi di sussidiarietà e cooperazione in grado di coniugare la valorizzazione del patrimonio culturale e le esigenze di sviluppo economico. Viene così definito un modello di amministrazione integrata della valorizzazione, nel quale la dimensione culturale riveste il ruolo di fattore strutturale di coesione sociale e sostenibile e la dimensione produttiva si perimetra come elemento di promozione e diffusione dell'identità nazionale.

The text analyzes the concept of valorisation by comparing the regulations contained in the Cultural Heritage and Landscape Code (Legislative Decree 42/2004) and that introduced by Law no. 206/2023 on Made in Italy. The work aims to highlight how both regulations, while insisting on different areas, respectively cultural, the first and economic-productive, the second, are aimed at pursuing a general public interest, i.e. the protection and valorisation of the nation's identity assets. In particular, in the Code of Cultural Heritage and Landscape, the term 'enhancement' refers to the public function of a cultural nature, aimed at guaranteeing the knowledge, use and transmission of the historical-artistic heritage; at the same time, in the Law on Made in Italy, the concept of enhancement also extends to the protection and promotion of activities attributable to the manifestation of intangible cultural heritage. Therefore, it offers a systemic reading of the concept of valorization present in our system from a unitary functional perspective, founded on the principles of subsidiarity and cooperation capable of combining the valorization of cultural heritage and the needs of economic development. Thus, a model of integrated administration of valorization is defined, in which the cultural dimension plays the role of a structural factor of social and sustainable cohesion and the productive dimension perimeters itself as an element of promotion and dissemination of national identity.

SOMMARIO: 1. Perimetrazione del tema. Verso un'amministrazione integrata della valorizzazione. - 2. Il concetto di valorizzazione nel Codice dei beni culturali e del paesaggio. - 3. Il concetto di valorizzazione nella legge sul Made in Italy. - 4. Riflessioni conclusive. Dalla tutela settoriale alla valorizzazione sistemica: cultura, produzione e patrimonio immateriale.

1. La disciplina della valorizzazione dei beni culturali (d.lgs. 22 gennaio 2004, n. 42, Codice dei beni culturali e del paesaggio)<sup>1</sup>, e quella relativa alla promozione del Made in Italy (L. 27 dicembre 2023, n. 206), si collocano in ambiti apparentemente distinti, ma accomunati dalla medesima finalità di interesse generale di salvaguardia e promozione degli *assets* identitari.

I beni culturali, intesi in senso storico-artistico e paesaggistico, sono oggetto di una tutela e di una valorizzazione<sup>2</sup> disciplinate da un quadro organico, coerente e fortemente ancorato alla logica della funzione pubblica (artt. 1, 6 e 9 del Codice), al contempo, la valorizzazione del Made in Italy è oggi disciplinata dalla Legge 27 dicembre 2023, n. 206, che si pregia per aver introdotto un quadro legislativo sistemico per la valorizzazione, promozione e tutela delle produzioni italiane di eccellenza, armonizzando gli interventi antecedenti che si presentavano frammentati in normative settoriali, misure di politica industriale e azioni di promozione economica.

Qui, la valorizzazione è intesa come funzione e strumento pubblico di sostegno e riconoscimento dell'identità produttiva nazionale, tesa a custodire i saperi tradizionali, la qualità territoriale delle filiere e le competenze artigianali, e al contempo come strumento di competitività sostenibile, in grado di integrare cultura, economia e innovazione nella promozione del patrimonio immateriale italiano.

Sicché la valorizzazione del Made in Italy, deve essere intesa quale strumento di salvaguardia e trasmissione di conoscenze, tecniche e tradizioni produttive e non come mera leva di competitività economica, poiché soltanto così risulta capace di incidere in modo rilevante sulla protezione e fruizione del patrimonio culturale, anche in senso immateriale.

Invero diverse filiere tipiche — in particolare nei settori della moda, del design, dell'artigianato artistico e delle produzioni agroalimentari di qualità — hanno assorbito un valore culturale intrinseco, che trova radici nella storicità delle lavorazioni, nella radicazione in specifici contesti territoriali e nella possibilità di esprimere identità collettive e coesione sociale.

Da tanto discende un'interpretazione estensiva del concetto di “valorizzazione” di cui all'art. 6 del Codice dei beni culturali e del paesaggio, potendo ricomprendervi tra le attività sinergiche anche la promozione del Made in Italy.

Sul punto occorre segnalare come gli strumenti amministrativi di tutela delle eccellenze produttive — quali marchi collettivi e di certificazione, indicazioni geografiche protette, denominazioni di origine controllata, registri di tracciabilità e disciplinari tecnici — non soltanto garantiscono la conformità ai requisiti di mercato, ma sono tenuti a preservare e a trasmettere il patrimonio culturale e immateriale di cui tali produzioni sono esponenti.

---

<sup>1</sup> R. ROLLI, D. SICLARI (a cura di), *Codice dei beni culturali e del paesaggio*, Roma, 2016; G. VOLPE, *Manuale di diritto dei beni culturali. Storia e attualità*, Padova, 2013;

<sup>2</sup> G. FESTA, R. ROLLI (a cura di), *Studi in materia di legislazione dei beni culturali*, Lecce, 2022

In tale prospettiva, gli indirizzi sulle politiche culturali e su quelle industriali/commerciali convergono, delineando un modello di amministrazione integrata della valorizzazione che oltrepassa la dicotomia tutela economica/tutela culturale.

Allo stesso modo il Made in Italy si propone come veicolo di promozione del patrimonio culturale nazionale, con l'obiettivo di rafforzare la visibilità e contribuendo, mediante meccanismi di *cultural branding* e *marketing* territoriale, ad attrarre risorse private e investimenti per la sua valorizzazione.

Tale sistematizzazione corrisponde al dettato costituzionale ponendosi in coerenza con il principio di sussidiarietà orizzontale e verticale e con la facoltà di attivare forme di partenariato pubblico-privato.

Così è possibile delineare un quadro armonico evitando sovrapposizioni ed integrando le previsioni normative sulla valorizzazione dei beni culturali e sulla promozione del Made in Italy declinandosi come una strategia di lungo periodo per la tutela del patrimonio nazionale.

Sicché la convergenza di questi due ambiti può generare un modello innovativo di amministrazione della cultura e dell'economia, fondato su sinergie istituzionali. Così la valorizzazione integrata di cultura e produzione si trasforma in un motore strutturale di competitività sostenibile e di promozione dell'identità produttiva e culturale italiana.

2. Il concetto di valorizzazione delineato dal d.lgs. 22 gennaio 2004, n. 42 (Codice dei beni culturali e del paesaggio)<sup>3</sup> costituisce il nucleo essenziale del rinnovamento concettuale e strutturale dell'amministrazione dei beni culturali.

La scelta legislativa si pregia per aver superato la tradizionale concezione della tutela come mera conservazione, introducendo e percorrendo una visione propositiva e dinamica del patrimonio culturale<sup>4</sup>, non più inteso soltanto come bene da proteggere e tutelare, ma come una risorsa viva e condivisa, in grado di produrre valore pubblico, coesione sociale e sviluppo sostenibile.

Invero, l'articolo 1 del Codice afferma che la Repubblica tutela e valorizza il patrimonio culturale in attuazione dell'articolo 9 della Costituzione<sup>5</sup>, riconoscendo sul medesimo livello la funzione di tutela e quella di valorizzazione.

A cascata ne discende una prospettiva più organica, in cui entrambe le funzioni (tutela e valorizzazione) risultano convergenti verso la realizzazione compiuta di un interesse pubblico generale: la salvaguardia e il trasferimento alle generazioni future dei valori culturali identitari.

---

<sup>3</sup> G. CLEMENTE DI SAN LUCA, R. SAVOIA, *Manuale di diritto dei beni culturali*, Napoli, 2005, pp. 322; R. CAVALLO PERIN, *Il diritto al bene culturale come libertà individuale e interesse della nazione*, in F. ASTONE (a cura di), *Patrimonio culturale modelli organizzativi e sviluppo territoriale*, Napoli, 2019, 15-28; R. CAVALLO PERIN, *Il diritto al bene culturale*, in *Dir. amm.*, 2016, p. 495-510.

<sup>4</sup> A. CRISMANI, *Libertà dell'arte e limiti del diritto*, in *Diritto, economia e società*, 2018, p.71

<sup>5</sup> M. S. GIANNINI, *Sull'articolo 9 Cost. (la promozione culturale)*, in *Scritti in onore di A. Falzea*, vol. III, t. 1, Milano, 1991, pp. 442 ss.; F. BENELLI, *Art. 9*, in *Commentario breve alla Costituzione*, in S. BARTOLE, R. BIN (a cura di), Padova, 2008, pp. 71 ss.; A. CERRI, *Arte e scienza*, in *Enc. giur. Treccani*, Roma 1988

Secondo questa prospettiva, la valorizzazione<sup>6</sup> rileva a livello costituzionale, come espressione del principio di promozione della cultura e del diritto di accesso alla conoscenza.

Dunque, la definizione positiva è contenuta nell'articolo 6<sup>7</sup>, che qualifica la valorizzazione come “*l'insieme delle attività dirette a promuovere la conoscenza del patrimonio culturale e ad assicurare le migliori condizioni di utilizzazione e fruizione del medesimo*”.

Detta norma esplicita due elementi essenziali: una dimensione conoscitiva, connessa alla diffusione della consapevolezza e della fruizione consapevole dei beni culturali, e una dimensione operativa, volta a garantire l'effettiva accessibilità fisica, cognitiva e gestionale dei beni stessi<sup>8</sup>.

È, dunque, possibile sostenere che la valorizzazione non è un'attività semplicemente accessoria della tutela, ma ne costituisce un naturale completamento ed elemento intrinseco. Così, la tutela del patrimonio culturale rileva nel momento conservativo e vincolante mentre la valorizzazione assume un carattere promozionale e programmatico, costituendo uno strumento di attuazione attiva dell'interesse culturale. La valorizzazione si traduce in una funzione pubblica di tipo proattivo e dinamico, finalizzata non soltanto alla conservazione dell'integrità materiale del bene, ma anche alla completa fioritura del suo valore culturale, educativo, formativo e identitario.

È lungimirante la previsione del legislatore del 2004 nell'introdurre la volontà di amministrazione condivisa del patrimonio culturale, fondata su un modello di sussidiarietà orizzontale e verticale<sup>9</sup>.

Nell'ambito della tutela e valorizzazione del patrimonio culturale, la necessità di cooperare risponde a una duplice esigenza: garantire l'efficacia dell'azione amministrativa e valorizzare la dimensione territoriale e identitaria del patrimonio, riconoscendo il ruolo attivo dei soggetti più prossimi<sup>10</sup>.

Il concetto di valorizzazione introdotto dal Codice dei beni culturali si radica e consolida su un principio di partecipazione diffusa. Invero, il Codice, in attuazione del principio di sussidiarietà orizzontale di cui

---

<sup>6</sup> S. GARDINI, *La valorizzazione integrata dei beni culturali*, in *Riv. Trim. Dir. Pubbl.*, n. 2/2016

<sup>7</sup> G. SEVERINI, *Art. 6. Valorizzazione del patrimonio culturale*, in M.A. SANDULLI (a cura di), *Codice dei beni culturali e del paesaggio*, Milano, 2012, pp. 53 ss; C. BARBATI, *Articolo 6. Valorizzazione del patrimonio culturale*, in M. CAMMELLI (a cura di), *Il codice dei beni culturali e del paesaggio*, Bologna, 2006, pp. 74 ss;

<sup>8</sup> M.S. GIANNINI, *I beni culturali*, in *Riv. trim. dir. pubbl.*, 1976, p. 5 s.; F. S. MARINI, *Lo statuto costituzionale dei beni culturali*, Milano, 2002; S. CASSESE, *I beni culturali da Bottai a Spadolini*, in *Rass. Arch. St.*, 1975, p. 116; G. PIVA, *voce Cose d'arte*, in *Enc. Dir.*, XI, Milano, 1962, 93 ss.; P. BILANCIA (cur.), *La valorizzazione dei beni culturali. Modelli giuridici di gestione integrata*, Milano, 2006;

<sup>9</sup> D. VAIANO, *Art. 112, in Commento al Codice dei beni culturali e del paesaggio*, in G. Caia, N. Aicardi, G. Trotta (a cura di), *Nuove leggi civili commentate*, 2005, p. 1447

<sup>10</sup> M. A. SANDULLI, *Il partenariato pubblico privato istituzionalizzato nell'evoluzione normativa*, in *Federalismi.it*, n. 3/2012; V. SESSA, *Il partenariato e la valorizzazione "condivisa" del patrimonio culturale: dalla conservazione dei beni alla rigenerazione del territorio*, *www.giustamm.it*, n. 7/2016, p. 6; C. NAPOLITANO, *Il partenariato pubblico-privato nel diritto dei beni culturali*, in *www.dirittoamministrativo.org*, 2018, p. 16; G. PROFETA, *La valorizzazione dei beni culturali quale terreno elettivo del partenariato pubblico-privato e, in particolare, pubblico-pubblico*, in *Rassegna avvocatura dello Stato*, n. 1/2019, p. 15 ss; P. ROSSI, *Partenariato pubblico-privato e valorizzazione economica dei beni culturali nella riforma del codice degli appalti*, in *Federalismi.it*, I, 2018, p. 21; L. MERCATI, *Pubblico e privato nella valorizzazione del patrimonio immobiliare*, Torino, 2009

all'articolo 118 Cost.<sup>11</sup>, riconosce la facoltà per soggetti privati, fondazioni, associazioni e imprese culturali di contribuire alla promozione e alla gestione del patrimonio, attraverso forme di partenariato pubblico-privato e di affidamento in gestione di servizi culturali<sup>12</sup>.

La volontà legislativa lungi dal voler ricorrere ad una privatizzazione della funzione culturale, ma piuttosto è da intendere come un'estensione della sfera pubblica, attraverso l'inclusione di attori sociali nella realizzazione dell'interesse generale.

Dal punto di vista funzionale, la valorizzazione si compone di un insieme di attività complesse, che comprendono la programmazione, la pianificazione, la gestione, la comunicazione e la promozione.

Tale congettura comporta l'adozione di strumenti di tipo tecnico-amministrativo (piani di valorizzazione, programmi pluriennali, accordi territoriali) e di strumenti economici e organizzativi (fondi, sponsorizzazioni, concessioni di servizi), volti ad assicurare la fruizione sostenibile e la conoscenza diffusa del patrimonio<sup>13</sup>: ciò che connota la valorizzazione è la sua dimensione integrata e intrinsecamente trasversale.

Si è detto che il concetto di valorizzazione coinvolge competenze e politiche differenti — culturali, educative, turistiche, economiche e sociali — e richiede un approccio sistemico e armonizzato, nel quale il bene culturale è considerato parte di un ecosistema territoriale più ampio, generatore di identità, capitale sociale e sviluppo locale. Così l'azione di valorizzazione rappresenta strumento di pianificazione territoriale e di crescita sostenibile, in coerenza con le finalità di tutela e con i principi di efficacia, economicità e partecipazione che ispirano l'azione amministrativa<sup>14</sup>.

A valle di tali considerazioni, è evidente come la valorizzazione nel Codice dei beni culturali non rappresenta una mera attività di promozione o comunicazione, bensì una funzione pubblica di natura autonoma, dotata di finalità proprie e di una struttura amministrativa complessa<sup>15</sup>. La valorizzazione contiene in essa stessa una bipartizione rappresentata da una dimensione conservativa e da una dimensione dinamica, ed è tenuta a integrare i livelli di governo nonché a costruire sinergie tra amministrazione,

---

<sup>11</sup> A. L. TARASCO, *Beni patrimoni e attività culturali, attori privati e autonomie territoriali*, Napoli, 2004, pp. 113 ss.; F. LEOTTA, *Possiamo fare a meno della sussidiarietà "verticale" nel riparto di competenze legislative delineato nel titolo V della seconda parte della Costituzione? Osservazioni a margine del d.d.l. cost. s. 1429*, in *Rivista AIC*, n. 3/2016; M. MENGOZZI, *Sussidiarietà orizzontale e servizi pubblici locali dopo la sentenza della Corte Costituzionale n. 199/2012: un rapporto difficile ma non impossibile in Scritti in onore di A. D'Atena*, Milano, 2015, pp. 1865 ss.

<sup>12</sup> A. L. TARASCO, *Il patrimonio culturale, modelli di gestione e finanza pubblica*, Napoli, 2017; C. BARBATI- C. CAMMELLI- L. CASINI- G. PIPERATA - G. SCIULLO ( a cura di), *Diritto del patrimonio culturale*, Bologna, 2017; P. ROSSI, *Partenariato pubblico-privato e valorizzazione economica dei beni culturali nella riforma del codice degli appalti*, in *Federalismi.it*, n. 2/2018; G. FIDONE, *Il ruolo dei privati nella valorizzazione dei beni culturali: dalle sponsorizzazioni alle forme di gestione*, in *Aedon.it* n. 3/2018; M. C. CAVALLARO, *I beni culturali: tra tutela e valorizzazione economica*, in *Aedon.it*, n. 3/2018.

<sup>13</sup> G. SCIULLO, *I beni culturali quale risorsa collettiva da tutelare —una spesa, un investimento*, in *Aedon.it*, n. 3/2017

<sup>14</sup> M. ROVERSI MONACO, *Tutela e utilità collettiva del patrimonio pubblico e del patrimonio culturale: alcune considerazioni critiche*, in *Riv. Giur. Urb.*, n. 2/2016, p. 80.

<sup>15</sup> A. IACOPINO, *Modelli e strumenti per la valorizzazione dei beni culturali*, Napoli, pp. 216 ss.; G. SCIULLO, *La gestione dei servizi culturali tra Codice Urbani e Codice dei contratti pubblici*, in *Aedon.it*, n. 1/20189

comunità e mercato, con l'obiettivo di salvaguardia attiva e di trasmissione sostenibile del patrimonio culturale della Nazione<sup>16</sup>.

3. La Legge 27 dicembre 2023, n. 206, recante *Disposizioni organiche per la valorizzazione, promozione e tutela del Made in Italy*, introduce un quadro normativo unitario e armonico con l'obiettivo di riconoscere e sostenere le produzioni italiane di eccellenza come componente essenziale dell'identità nazionale. Tale intervento normativo rappresenta il primo tentativo organico del legislatore di raggruppare l'insieme di misure fino ad allora frammentarie — in parte di matrice economico-industriale, in parte di natura commerciale e promozionale — assorbendole in una strategia coerente di valorizzazione basata su una visione integrata della cultura produttiva italiana.

La *ratio* sottesa alla normativa in commento è che il Made in Italy<sup>17</sup> non rappresenta soltanto un marchio economico, ma un valore culturale e simbolico, espressione di conoscenze, competenze tecniche, tradizioni artigianali e capacità creative stratificatesi nel tempo. Dunque, si tratta di una manifestazione dell'identità collettiva della Nazione e di una componente del suo patrimonio culturale diffuso. In detta prospettiva, la valorizzazione consolida il suo significato che trascende la dimensione economica, e si configura come strumento di tutela del patrimonio immateriale e di promozione dei saperi tradizionali che rappresentano la storia produttiva italiana. Ora, tra le principali finalità del dettato normativo rientra quella di *rafforzare e promuovere, in Italia e all'estero, le eccellenze produttive e il patrimonio culturale e creativo nazionale*, attestando in modo esplicito l'interconnessione tra cultura, economia e territorio.

Anche qui è evidente come il legislatore abbia voluto declinare i principi costituzionali previsti dall'art. 9 della Costituzione, che affida alla Repubblica la tutela e la valorizzazione del patrimonio storico e artistico della Nazione nonché la promozione dello sviluppo e della diffusione della cultura. Pertanto, la valorizzazione deve essere intesa ed interpretata in senso estensivo, trasversale e multilivello, inglobando non soltanto le attività di promozione economica e commerciale, ma anche le azioni di salvaguardia e trasmissione dei saperi artigianali, delle tecniche di produzione tradizionali e dei modelli culturali e territoriali identitari.

Occorre segnalare come, anche in questo ambito, assumano rilevanza, i cd beni immateriali come parte essenziale ed integrante il patrimonio culturale nazionale.

---

<sup>16</sup> S. CASSESE, *I beni culturali: dalla tutela alla valorizzazione*, in *Giorn. Dir. Amm.*, n. 7/1998, pp. 673 ss.; P. BILANCIA, *La valorizzazione dei beni culturali tra pubblico e privato. Studio dei modelli di gestione integrata*, 2005; A. Police (a cura di), *I beni pubblici: tutela, valorizzazione e gestione*, Milano, 2008;

<sup>17</sup> Sul concetto di Made in Italy anteriore all'entrata in vigore del testo normativo in commento si rinvia a V. FRANCESCHELLI, *Made in Italy, Much Ado about nothing*, in *Studi in memoria di Paola Frassi*, Milano, 2010; Già nel D.L. 135/2009 all'art. 16 disponeva che “ Si intende realizzato interamente in Italia il prodotto o la merce, classificabile come Made in Italy ai sensi della normativa vigente, e per il quale il disegno, la progettazione, la lavorazione ed il confezionamento sono compiuti esclusivamente sul territorio italiano”.

Invero, le tradizioni produttive, i processi di lavorazione, l'artigianato artistico e le pratiche manifatturiere rientrano tra le espressioni di identità culturale collettiva invocate dall'art. 7-bis del Codice dei beni culturali e del paesaggio.

La volontà legislativa in tale direzione nasce anche in attuazione della Convenzione UNESCO di Parigi del 2003<sup>18</sup>, che riconosce le manifestazioni culturali immateriali, ove rappresentate da testimonianze materiali e caratterizzate da un interesse storico, artistico o etnoantropologico, come meritevoli di tutela al pari dei beni materiali.

In quest'ultima categoria è possibile ricondurre i saperi artigianali, le tecniche tradizionali di lavorazione e le conoscenze tramandate da generazioni, la cui protezione e tutela è funzionale non soltanto alla conservazione delle pratiche produttive, ma anche alla determinazione di attività integranti il Made in Italy.

Dunque, il Made in Italy<sup>19</sup>, può e deve essere inteso come patrimonio culturale diffuso, in cui la materialità del prodotto si lega in modo indefettibile all'immaterialità del sapere da cui discende.

Così, ogni manufatto tradizionale, ogni eccellenza enogastronomica o artigianale porta con sé una storia, un linguaggio tecnico e una relazione indissolubile con il territorio di appartenenza. Pertanto, il valore culturale del Made in Italy risiede nel legame tra territorialità, comunità e conoscenza, ovvero tutti gli elementi che ne assicurano l'autenticità e la continuità nel tempo.

Altresì la legge n. 206/2023 riconosce e affida all'amministrazione pubblica una funzione di indirizzo, coordinamento e garanzia in tale ambito. Dunque, lo Stato è deputato ad esercitare poteri di certificazione, vigilanza e promozione, garantendo la coerenza tra le politiche di settore e la corretta applicazione delle norme.

Così la valorizzazione non può essere intesa come una semplice attività di promozione economica, bensì quale funzione pubblica complessa, volta a riconoscere e integrare valori culturali e identitari che connotano e rendono esclusive le produzioni italiane.

Gli strumenti giuridici previsti dalla legge – marchi collettivi e di certificazione, indicazioni geografiche protette (IGP), denominazioni di origine controllata (DOC e DOP) e disciplinari tecnici di produzione – svolgono un ruolo essenziale in questa prospettiva. Essi non soltanto garantiscono al consumatore l'autenticità e la qualità dei prodotti, ma preservano le caratteristiche culturali e territoriali che ne costituiscono la base identitaria. In tal senso, tali strumenti rappresentano una forma moderna di tutela amministrativa del patrimonio immateriale<sup>20</sup>, che codifica in regole giuridiche il legame tra il prodotto e la

---

<sup>18</sup> F. FRANCONI, *Il contributo del diritto internazionale alla protezione del patrimonio culturale*, in Alberico Gentili - *La salvaguardia dei beni culturali nel diritto internazionale*, Atti del Convegno, Dodicesima Giornata Gentiliana, Milano, 2008; L. ZAGATO, *La Convenzione sulla protezione del patrimonio culturale intangibile*, in L. ZAGATO (a cura di), *Le identità culturali nei recenti strumenti UNESCO. Un approccio nuovo alla costruzione della pace?*, Padova, 2009,

<sup>19</sup> V. FRANCESCHELLI, *La tutela del made in Italy. Le novità*, in *Guida al Diritto*, 2024

<sup>20</sup> C.A. D'ALESSANDRO, *Il patrimonio culturale immateriale. Il lungo cammino per la sua tutela giuridica e l'apporto culturale di Claude Lévi-Strauss*, in *Soc. e dir.*, 2022

sua origine storica e culturale.

La stessa correlazione tra valorizzazione e territorio è un fondamento cardine del dettato normativo. Essa riconosce che la qualità e l'autenticità del Made in Italy discendano non soltanto dalle tecniche produttive, ma anche dal radicamento nei contesti locali, nelle comunità e nei paesaggi in cui quelle tecniche si sono sviluppate e sono state implementate<sup>21</sup>. È dunque evidente come la valorizzazione abbia una portata identitaria e sociale, poiché promuove la coesione, rafforza il senso di appartenenza e contribuisce alla vitalità economica e culturale delle comunità territoriali. Così la cultura produttiva si trasforma e diventa un tutt'uno della memoria collettiva e del patrimonio nazionale, rivestendo una funzione educativa e di trasmissione intergenerazionale dei valori culturali.

Altro profilo da segnalare è rappresentato dal richiamo legislativo alla digitalizzazione e alla tracciabilità come strumenti di garanzia e valorizzazione. Invero, l'uso delle tecnologie digitali permette di creare sistemi informativi integrati capaci di certificare l'origine, la sostenibilità e la qualità dei prodotti, ridando trasparenza sui processi di produzione e rafforzando la fiducia dei consumatori. Tale profilo innovativo inerente alla dimensione digitale della valorizzazione è in linea con le politiche europee di transizione ecologica e trasformazione digitale<sup>22</sup>, nonché con la più ampia nozione di amministrazione digitale, in cui la conoscenza diventa forma di tutela e partecipazione. In questo senso, la digitalizzazione, non soltanto integra l'efficienza economica, ma contribuisce anche a documentare, preservare e trasmettere la memoria culturale delle filiere produttive italiane.

In definitiva, la valorizzazione per come delineata dalla legge n. 206/2023 non si limita a promuovere il successo commerciale dei prodotti italiani, bensì è volta a istituire un modello di amministrazione economico-culturale in cui la competitività del sistema produttivo si basa sulla tutela del patrimonio immateriale<sup>23</sup>, sulla sostenibilità territoriale e sulla responsabilità sociale.

Dunque, la peculiarità del Made in Italy risiede nella sua abilità di integrare cultura, creatività e impresa, indicando la valorizzazione come nucleo centrale del processo di sviluppo che coniuga tradizione e innovazione.

In tale prospettiva, la valorizzazione del Made in Italy si avvicina alla nozione propria del Codice dei beni culturali e del paesaggio: entrambe le previsioni normative convergono nel definire la valorizzazione come funzione pubblica di promozione dell'identità collettiva e di trasmissione dei saperi, lasciando aperta la possibilità di un modello unitario e sinergico di amministrazione della cultura e dell'economia. Si tratta, in ultima analisi, di una visione in cui la cultura produttiva italiana diventa bene comune, risorsa condivisa

---

<sup>21</sup> V. FRANCESCHELLI, *Vent'anni dopo sul made in italy dopo la legge 27 dicembre 2023, n. 206*, in *Rivista di Diritto Industriale*, 2024

<sup>22</sup> C. AMITRANO, M. RICCIARDO CALDERARO, *La gestione del patrimonio culturale tra customer experience e tecnologie digitali*, Napoli, 2024

<sup>23</sup> F. FERRARA, *Il patrimonio culturale immateriale. Considerazioni per un alternativo modello di tutela e valorizzazione*, in *Ambientediritto.it*, 2021.

e testimonianza viva di civiltà, la cui protezione e valorizzazione costituiscono un obiettivo primario dell'azione amministrativa contemporanea<sup>24</sup>.

4. L'analisi comparata delle due discipline – quella contenuta nel Codice dei beni culturali e del paesaggio e quella introdotta dalla Legge n. 206/2023 sul Made in Italy – consente di individuare una linea di continuità e, al contempo, di evoluzione del concetto di valorizzazione. Entrambi i quadri normativi, pur riferendosi ad ambiti differenti, condividono una comune finalità di interesse generale, riconducibile alla salvaguardia, alla trasmissione e alla promozione del patrimonio identitario nazionale, in tutte le sue espressioni — materiali, immateriali<sup>25</sup>.

Al fine di cogliere il punto di intersezione tra le due normative occorre ricordare come il concetto di bene culturale abbia subito, nel tempo, una profonda evoluzione. Invero, la visione della legislazione di inizio Novecento intesa come elitaria e restrittiva delle “cose d'arte”, si è mutata— grazie anche ai lavori della Commissione Franceschini del 1967 — in una nozione più ampia e inclusiva, che ricomprende ogni testimonianza avente valore di civiltà.

Si è evidenziato come tale evoluzione sia stata accolta con favore dal legislatore del 2004, che nell'adottare il Codice ha ricondotto in un'unica categoria giuridica il ‘patrimonio culturale’, ricomprendendo i beni culturali<sup>26</sup> e il paesaggio.

Il Codice ha consentito un allontanamento dalla tradizionale visione statica e proprietaria del bene, al fine di ampliare l'angolo di osservazione comprendendo anche una dimensione dinamica e relazionale, fondata sulla funzione pubblica della tutela e della valorizzazione.

In tal senso, il bene culturale non è più soltanto oggetto di protezione materiale, ma rappresenta uno strumento di crescita civile, educativa e democratica, in quanto porta con sé un valore di civiltà che appartiene all'intera collettività. Tale aspetto, espresso dall'art. 2 del Codice, coniuga l'ordinamento nazionale e le convenzioni internazionali — in particolare la Convenzione di Parigi del 1972 e la Convenzione di Faro del 2005 — che hanno contribuito a diffondere e ad affermare una visione ampia di *cultural heritage*, comprensiva delle dimensioni materiali e immateriali della cultura.

In questa prospettiva, la valorizzazione integrata tra cultura e produzione tradizionale si palesa come il naturale sviluppo di tale impostazione sistemica.

Così, il Made in Italy, comprendendo tutte le attività preliminari e connesse alla sua determinazione rappresenta un patrimonio immateriale che interviene nella stessa logica di testimonianza di civiltà propria

---

<sup>24</sup> D. VAIANO, *La valorizzazione dei beni culturali*, Torino, 2011

<sup>25</sup> G. SCIULLO, *Cultura e patrimonio culturale nella legge sul made in Italy: una prima lettura*, in *Il Mulino*, 2024

<sup>26</sup> M.S. GIANNINI, *I beni culturali*, in *Riv. trim. dir. pubbl.*, 1976

dei beni culturali<sup>27</sup>.

Sul punto, anche la giurisprudenza amministrativa è intervenuta contribuendo a ridefinire il confine tra bene materiale e bene immateriale<sup>28</sup>, aprendosi verso una concezione più estensiva prevedendo una forma più compiuta di tutela delle espressioni di identità culturale collettiva.

Più precisamente, la questione sottoposta all'attenzione dell'Adunanza Plenaria del Consiglio di Stato, decisa con la sentenza n. 5 del 2023<sup>29</sup>, è relativa al rapporto tra poteri di tutela del Ministero della Cultura e patrimonio culturale immateriale<sup>30</sup>, con specifico riferimento all'imposizione di vincoli di destinazione d'uso.

La Sesta Sezione del Consiglio di Stato ha sottoposto al Supremo Consesso la questione se, in presenza di beni culturali ai sensi dell'art. 10, comma 3, lett. d), del Codice — ossia “cose immobili e mobili che rivestono un interesse particolarmente importante a causa del loro riferimento con la storia politica, militare, della letteratura, dell'arte, della scienza, della tecnica, dell'industria e della cultura in genere” — e che rappresentino altresì una testimonianza di espressioni di identità culturale collettiva ex art. 7-bis, il potere ministeriale di tutela possa estrinsecarsi nell'imposizione di un vincolo di destinazione d'uso finalizzato non solo alla conservazione materiale del bene, ma anche alla continua ricreazione e trasmissione della manifestazione culturale immateriale<sup>31</sup> di cui esso costituisce testimonianza.

Nel Codice è prevista la possibilità di imporre un vincolo d'uso soltanto in eccezionali ipotesi essendo soggetto ai limiti di ragionevolezza e proporzionalità, a garanzia dell'equilibrio tra la tutela pubblica e la libertà d'iniziativa economica privata. Tuttavia, l'Adunanza Plenaria in detta sede ha affermato che il vincolo può essere imposto ogniqualvolta esso possa essere funzionale alla conservazione dell'integrità materiale del bene o anche del valore immateriale in esso intrinseco purché supportato da un'adeguata motivazione in relazione alla necessità di evitare rischi di dispersione della sua funzione.

Dunque, il vincolo può riguardare non solo la cosa in sé, ma anche l'attività o l'uso attraverso i quali essa esprime il proprio valore identitario. Da tanto è possibile estendere tutela anche ai beni che incorporano elementi di cultura immateriale. In tali ipotesi, la tutela non ha per oggetto l'attività imprenditoriale o commerciale, bensì le modalità in cui essa si è storicamente espressa, costituendo testimonianza di un determinato costume o civiltà.

Tale impostazione risulta in linea con la *ratio* dell'art. 7-bis del Codice e con le Convenzioni UNESCO

---

<sup>27</sup> M. COGORNO, *La legge sul Made in Italy e la legge 152/2024 per una tutela “all'italiana” del patrimonio culturale intangibile: riflessioni a partire dalla Convenzione UNESCO del 2003*, in *Osservatorio sulle fonti*, n. 3/2024.

<sup>28</sup> M. TIMO, *L'intangibilità dei beni culturali*, Torino, 2022.

<sup>29</sup> M. RICCIARDO CALDERARO, *I beni culturali, il patrimonio immateriale ed i vincoli di destinazione d'uso (nota a Consiglio di Stato, Sez. VI, 10 luglio 2023, n. 6752)*, in *Giust. Ins.*, 2024.

<sup>30</sup> A. BARTOLINI, *L'immaterialità dei beni culturali*, in *Aedon*, 2014.

<sup>31</sup> G. SORICELLI, *Beni culturali immateriali e diritto al bene culturale: prospettive per una ricerca*, in *Federalismi*, 2019; A. LALLI, *L'immateriale dei beni culturali nell'era digitale: valori culturali ed economici*, in *Dir. e proc. amm.*, 2022.

del 2003 sul patrimonio culturale immateriale, e conferma che le espressioni di identità culturale collettiva possono essere tutelate come beni culturali ove si manifestino mediante elementi materiali che ne rappresentano il supporto tangibile e che consentono la perpetuazione della memoria storica e sociale.

Dunque, il vincolo di destinazione rappresenta lo strumento di tutela “ibrido”, idoneo per proteggere la materialità e l’immaterialità del bene insieme, a tutela della continuità della tradizione culturale.

In tal senso, la decisione dell’Adunanza Plenaria segna un’evoluzione interpretativa innovativa, che supera la rigida distinzione tra tutela della *res* e salvaguardia delle manifestazioni culturali immateriali, introducendo un modello di protezione integrata in linea con la concezione dinamica di patrimonio culturale<sup>32</sup> accolta nel Codice.

Questa visione è coerente anche con l’elaborazione dottrinale e giurisprudenziale sul tema dei beni comuni<sup>33</sup>, intesi come risorse funzionali all’esercizio dei diritti fondamentali e al libero sviluppo della persona, indipendentemente dal titolo di proprietà. Tra tali beni rientrano certamente i beni paesaggistici e culturali, la cui tutela e valorizzazione<sup>34</sup> concorrono a preservare la memoria storica, l’identità collettiva e la coesione sociale.

Nel discorrere di valorizzazione integrata tra cultura e Made in Italy non si può evitare il riconoscimento della dimensione immateriale che si manifesta anche attraverso le attività produttive e le tradizioni. Inoltre, la recente giurisprudenza amministrativa, in coerenza con l’art. 9 della Costituzione e con i principi costituzionali di proporzionalità e ragionevolezza, ha inaugurato un percorso di interpretazione funzionale della tutela e della valorizzazione, volto ad assicurare non soltanto la conservazione fisica dei beni, ma anche la sopravvivenza e la trasmissione delle identità culturali che essi rappresentano.

La posizione dell’Adunanza Plenaria arricchisce la nozione di bene culturale e consolida l’idea che la valorizzazione non sia soltanto promozione o gestione, ma una vera e propria funzione di continuità culturale, orientata a garantire la trasmissione delle testimonianze di civiltà che costituiscono il nucleo solido del patrimonio culturale della Repubblica.

Altresì, in questa prospettiva si pone la disciplina del Made in Italy che rappresenta un naturale sviluppo del principio di valorizzazione, estendendolo al patrimonio produttivo, creativo e identitario della Nazione. La promozione delle eccellenze manifatturiere e artigianali, così come la tutela dei saperi tradizionali e delle competenze immateriali, diviene parte integrante della strategia di salvaguardia del patrimonio culturale diffuso. Ne deriva un modello unitario di tutela e valorizzazione, nel quale la cultura e la produzione non sono più ambiti distinti, ma componenti complementari di un medesimo ecosistema giuridico.

---

<sup>32</sup> M. TIMO, *Implementare la resilienza del patrimonio culturale*, in *Dir. econ.*, 2022

<sup>33</sup> V. CERULLI IRELLI, L. DE LUCIA, *Beni comuni e diritti collettivi*, in *Politica del diritto*, 1/2014; S. CASSESE, *I beni pubblici. Circolazione e tutela*, Milano, 1969

<sup>34</sup> S. CASSESE, *I beni culturali: dalla tutela alla valorizzazione*, in *Giorn. dir. amm.*, 1998, p. 673 ss.; G. SCIULLO, *Beni culturali e principi della delega*, in *Aedon*, n. 1/1998

In tal senso, la sinergia tra il Codice dei beni culturali e la normativa sul Made in Italy segna il passaggio da una tutela settoriale a una valorizzazione integrata, capace di coniugare sviluppo economico, identità culturale e continuità storica della Repubblica.