

C.Ravel - Italia Oggi - 19-05-10

A DIFESA DI UN'ECCELLENZA

La moda il comparto più esposto alle contraffazioni

DI CLAUDIO RAVEL

Una carta d'identità che fornisce al consumatore informazioni esatte sul prodotto e lo aiuta a capire cosa sta acquistando. Il «sistema di tracciabilità» da un lato qualifica l'azienda che produce, dall'altro offre trasparenza e garanzie al consumatore, soprattutto in tempi dominati da maggiore selettività ed esigenza al momento dell'acquisto.

Un Paese come l'Italia, che vanta precise eccellenze - le famose tre «f», cioè fashion, food and furniture, moda alimentare e arredamento - di cui esporta gran parte della produzione, attribuisce alla provenienza dei prodotti importanza fondamentale.

La moda è forse il settore più esposto a mistificazioni sull'effettivo luogo di nascita del prodotto poi etichettato come made in Italy. «Il nostro settore nel 2009 ha esportato per 22 miliardi di euro, realizzando un saldo commerciale positivo di 6,4 miliardi», spiega **Michele Tronconi**, presidente di Sistema Moda Italia, una delle più rappresentative organizzazioni mondiali degli industriali del tessile e moda. «Aggregiamo il 9% del valore aggiunto prodotto dall'industria manifatturiera nel suo complesso e impieghiamo circa 500 mila addetti. Anche a partire da questi dati, non possiamo e non dobbiamo dimenticare che il nostro mercato è il mondo e in particolare l'Europa. Ed è a quel livello che dobbiamo agire per ottenere regole necessarie a garantire a tutti i consumatori il diritto ad essere correttamente informati su quello che acquistano, e alla nostra industria il riconoscimento formale di una reputazione

elevata». Fornire informazioni dettagliate sulla storia del prodotto tuttavia spesso si scontra con la carenza - in alcuni Stati assoluta - di norme che impongano trasparenza in materia.

A tutelare il made in Italy - di gran lunga il più imitato nel mondo - ci prova la legge Reguzzoni-Versace. Entrerà in vigore a partire dal 1° ottobre 2010, ma attende ancora il parere di conformità dell'Ue.

«Questa legge rappresenta una risposta forte a un'indubbia esigenza di equità sostanziale, avvertita all'interno del nostro Paese», prosegue Tronconi. Eppure, secondo il presidente del Smi, il provvedimento richiede ancora degli affinamenti. «La legge prevede che se le fasi della filiera sono quattro, almeno due debbano essere completamente realizzate nel nostro Paese, per poter beneficiare del marchio made in Italy e della conseguente reputazione di cui questo contrassegno gode nel mondo. Nulla da eccepire sulla ripartizione delle fasi: ma di queste due fasi, una deve riguardare la "trasformazione sostanziale", che deve perfezionarsi in Italia. Diversamente, sapere che la trasformazione sostanziale di un prodotto avviene in Cina, o in India, sarà sempre più importante, nel bene e nel male. Soprattutto per mettere ciascuno di fronte alle proprie responsabilità, proprio in virtù dell'obbligo di far viaggiare i prodotti insieme alla loro carta d'identità». Una filiera agroalimentare con Doc, Igp e Igt. Non c'è dubbio che con la Reguzzoni-Versace il sistema produttivo italiano si rafforzi: che se è solo l'inizio di un percorso che andrà completato con ulteriori provvedimenti.

Ma quali sono i veri obiettivi di questa legge? «Essenzialmente due», spiega Tronconi. «Il primo è rendere possibile un'alleanza più stretta tra chi consuma e chi produce, a tutto vantaggio di un'economia sostenibile. Dove ci si preoccupa dell'ambiente, così come della salute di chi indossa un capo di abbigliamento, e dove queste preoccupazioni non si traducano solo in procedure costose che riducono la competitività, ma diventino motivazioni di acquisto. C'è poi l'obiettivo di tenere banco sulla scena europea: se non avessimo l'ambizione di regole comuni finalizzate a distinguerci e quindi favorire le nostre vendite in uno dei più grandi mercati al mondo, che senso ha caricarsi di procedure più complesse come quelle imposte dall'appartenenza alla Ue?». Se hanno un senso le quote latte, un preciso diritto di cittadinanza europea lo hanno anche i prodotti contrassegnati dalla marcatura d'origine, almeno nei riguardi dei prodotti extra Ue. «Il tessile-abbigliamento italiano», conclude Tronconi, «ha ancora davanti a sé un importante futuro perché può contare su vicinanza, velocità e valore. I primi due fattori torneranno a essere importanti nel mondo post-crisi, che sarà diverso da quello conosciuto a metà del decennio scorso. Non ci sarà più petrolio a 20 dollari al barile, le distanze saranno di nuovo importanti. Il commercio mondiale tornerà a movimentare materie prime e prodotti finiti, ma sempre meno semilavorati da trasformare dove costa meno. Infine l'Italia produce commodity, bensì valori estetici, identitari, frutti di una tradizione che sappiamo rendere dinamica, e anche i valori sociali ed ecologici incorporati nei prodotti»