

Unioncamere: più tutela per il "made in Italy"

"Da una indagine svolta dalla Associazione delle Camere di commercio che si occupa del Sistema Moda su cinque città europee (Amsterdam, Barcellona, Francoforte, Parigi e Stoccolma) è emerso come il 40% dei campioni di prodotti di abbigliamento raccolti non riportasse alcuna dichiarazione d'origine, il 57% non fosse conforme alla composizione merceologica dichiarata, e circa il 10% presentasse persino elementi cancerogeni. Dati, peraltro confermati per il nostro Paese, dove il 58,5% dei capi di abbigliamento immessi sul mercato risulta senza indicazione di origine".

Lo ha detto il presidente di Unioncamere, Ferruccio Dardanello, intervenendo al convegno di Symbola e Farefuturo "Il futuro Made in Italy". "Questo mostra come le nostre imprese si trovino sempre più spesso a confrontarsi con fenomeni di concorrenza sleale che può persino avere ricadute sulla salute dei consumatori. Ecco perché le Camere di commercio sono assolutamente convinte che vadano rafforzate le azioni di tutela dei prodotti e vadano messi in campo strumenti capaci di rendere maggiormente trasparente l'origine e la qualità dei prodotti".

"Le oltre 4.500 medie imprese, che rappresentano i campioni del Made in Italy, sono diventate negli scorsi anni dei veri e propri price-maker sui mercati internazionali. Queste imprese, infatti, hanno puntato su un modello aziendale improntato alla qualità, alla differenziazione, al contenuto di servizio al cliente, che ha consentito loro di vendere i prodotti principali a prezzi superiori di quasi il 20% a quelli del prodotto standard. Negli ultimi anni - ha aggiunto il presidente di Unioncamere - questo premium-price si è andato assottigliando, riducendosi al +2,5%. Ciò sta avvenendo perché, per conquistare fasce di mercato più ampie e andare incontro a un modello di consumo più consapevole, rispettoso dell'ambiente e del consumo energetico, le imprese hanno puntato a potenziare ulteriormente altri fattori competitivi di tipo "immateriale", cioè l'innovazione, il design, il marchio aziendale".

"Non a caso, dalle nostre indagini emerge che grazie a nuovi prodotti (e facendo sempre della qualità la propria bandiera) il 59% delle piccole e medie imprese manifatturiere conta di raggiungere altri e più promettenti mercati in Italia e all'estero mentre il 70% ha investito nell'innovazione. Ma questa spinta all'innovazione che emerge dal nostro tessuto produttivo - ha concluso Dardanello - deve essere portata a sistema e deve essere sostenuta dalle istituzioni e dalla pubblica amministrazione. La tutela del 'Made in Italy' è una linea di in-

tervento politico fondamentale, alla quale vanno affiancate azioni di sostegno alla qualificazione dei prodotti, attraverso la tracciabilità, un'adeguata strategia di comunicazione e tanta formazione che valorizzi i saperi del territorio e dia futuro alle nostre produzioni di punta".

