

INTERVENTO

# Il rispetto dei valori vero promotore del made in Italy

di **Michele Tronconi\***

**I**l vicepresidente della Commissione Europea e Commissario all'Impresa e Industria, Gunter Verheughe, assieme al nostro ministro per le Attività Produttive, rappresentato dal sottosegretario Sergio D'Antoni, ha organizzato nei giorni scorsi, un importante convegno a Milano sull'industria europea del tessile e dell'abbigliamento. L'intero settore è stato preso ad esempio di continuo rinnovamento e di rispetto dei valori sociali ed ambientali che sono alla base della nostra convivenza civile, così come della legislazione comunitaria.

Nel mio ruolo di presidente di Euratex avevo condiviso col Commissario Verheughe, già nello scorso aprile, l'idea di organizzare questo convegno proprio a Milano. A riconoscimento del ruolo di punta giocato dal nostro Paese, in ambito Europeo e non solo. Oltre a scommettere sull'innovazione continua, nei prodotti, come nei processi, le imprese tessili e

d'abbigliamento Europee sostengono molti costi di conformità normativa. Ciò, per ottenere un mondo più pulito, più sano ed equo. Tuttavia, tale sforzo viene poco ricompensato dal mercato, perché il consumatore non riceve la giusta informazione. Da qui la vera sfida: trasformare il rispetto dei valori, sociali ed ambientali, in un motivo di promozione dei nostri prodotti. L'eventuale maggior costo, rispetto a certe importazioni, deriva da un valore implicito più elevato, che garantisce tutti. In particolare, il consumatore.

Gunter Verheughe ha, in primo luogo, esplicitamente riconosciuto la necessità di non continuare a moltiplicare i vincoli burocratici che gravano sulle imprese. Inoltre, in tema di reciprocità commerciale, ha riconfermato di essere uno dei pochi politici europei a criticare l'arrendevolezza e il disinteresse con cui si rischia di chiudere il Doha Round del Wto. In particolare, per il commercio non agricolo, che comprende le linee tariffarie per i manufatti del tessile e dell'ab-

bigliamento. Le riduzioni daziarie inserite nella bozza di accordo sono state calcolate attraverso una formula, cosiddetta svizzera, a doppio coefficiente; uno per i paesi sviluppati, l'altro per quelli emergenti. Il risultato che deriva dai coefficienti prescelti, taglia i dazi europei, già molto bassi, senza ottenere concessioni sostanziali da Paesi come l'India o il Brasile. Tali Paesi potranno far ricorso, tra l'altro, a delle speciali clausole di flessibilità che consentiranno loro di non ridurre affatto certi dazi.

Essendo il titolare della Direzione Impresa ed Industria, Verheughe si preoccupa, giustamente, affinché gli accordi commerciali siano coerenti con le necessità dell'industria comunitaria. Preoccupazione, questa ultima, che dovrebbe risultare condivisa anche dal Commissario al Commercio, Peter Mandelson. Che senso avrebbe, altrimenti, agevolare gli scambi? Accettare che essi proseguano sempre più a senso unico, sarebbe come rinunciare a fare goal, solo perché il pallone entra più fa-

cilmente nella nostra rete, dopo aver messo il portiere in panchina. Più volte il vicepresidente ha ripetuto: «Real cuts for real cuts», «Dobbiamo offrire, per ricevere»; e ancora: «Senza industria, senza capacità di ricerca e sviluppo, anche il settore dei servizi ne soffrirà. Non è così che l'Europa potrà riprendere a crescere». Valeva la pena ripeterlo, perché è un po' come per tutta la nostra industria: se non si è ben informati, si rischia di comprare il prodotto sbagliato. A scapito dei nostri valori ed, anche, dei nostri interessi come hanno ben ricordato nei loro interventi sia il presidente di sistema Moda Italia, Paolo Zegna, sia la leader dei sindacati tessili europei, Valeria Fedeli.

\*Presidente di Euratex

**SISTEMA FRAGILE**  
 Senza industria e capacità di fare ricerca e sviluppo, penalizzato anche il settore dei servizi



## Paolo Zegna (Smi): il tessile faccia sistema contro la concorrenza «Stand Ue alle fiere mondiali»

Rita Fatiguso  
 MILANO

La Commissione europea ne prende atto nel corso del primo incontro sul tema del futuro della moda europea organizzato su iniziativa del vicepresidente della Commissione Günther Verheugen: il sistema tessile in buona sostanza ha retto alla competizione asiatica, ma deve unire le forze per affrontare le

### COMPETIZIONE PULITA

Incontro a Milano tra gli attori della filiera. Il commissario Verheugen: il settore unisca le forze nel segno della trasparenza

prossime sfide. Verheugen ne prende atto davanti alle rappresentanze di sindacati, aziende, istituzioni di controllo e regolamentazione, dalle dogane all'anticontraffazione, in un incontro chiave, al quale fanno da sfondo proprio le manifestazioni della moda milanese, Milano unica ha appena chiuso passando il testimone alle sfilate.

«Bisogna fare sistema, dentro e fuori casa»: il concetto l'ha ri-

marcato Paolo Zegna, presidente di Smi, Sistema moda Italia, a nome di quel quarto del tessile-moda europeo e del 20% dell'occupazione europea che parlano italiano, e che in Italia vale il 7% del Pil, solo per citare qualche cifra. C'è di più. «I gruppi nazionali di mezza Europa, presenti alle fiere internazionali in giro per il mondo - ha continuato Paolo Zegna - dovrebbero essere presentati tutti in una stessa area dove, pur mantenendo una differenziazione per singola nazione, si spinga, tutti insieme, per valorizzare ancora di più le nostre unicità e differenze».

Un esempio freschissimo? Il marchio Made in Milano presentato ieri (si veda l'articolo a pagina 25) che tiene insieme le fiere del sistema moda che si svolgono sul territorio lombardo. Uniti, si vince. Il concetto di "sistema" infatti è sottolineato e valorizzato anche dai rappresentanti sindacali europei, tra cui Valeria Fedeli, presidente dell'Etuf, la quale ha auspicato soprattutto «in vista del miglioramento della qualità, anche l'obiettivo di una maggiore qualità degli accordi».

Il sistema delle relazioni industriali diventa fondamentale per

invertire i trend, come ha rimarcato Michele Tronconi, presidente di Euratex, l'associazione delle industrie tessili europee, facendo riferimento anche all'impegno a livello europeo per raggiungere l'obiettivo della trasparenza nelle etichette di origine. Una battaglia coronata dalla maggioranza assoluta dei membri del Parlamento Europeo che si sono espressi in favore dell'obbligatorietà del Made in per le merci provenienti dai Paesi extra-Ue, ma che non è finita qui.

Anche la grande distribuzione europea, a quanto pare, che, finora, era sembrata meno sensibile, se non negativa, al provvedimento (da Peak and Cloppenburg in Germania, Harvey Nichols in Gran Bretagna, Zara in Spagna) avrebbero iniziato a collaborare. Qualità e trasparenza, sia nella produzione sia nel commercio. Sembra questo il collante di un'Europa che, come ha ricordato Zegna, «di fatto, il tessile-abbigliamento-italiano si sta riposizionando con successo, anche se non in modo uniforme, sulle fasce di prodotto a maggior valore aggiunto, dove la concorrenza basata sul basso costo del lavoro è meno pressante».

rita.fatiguso@ilssole24ore.com

