



*Allegato*

***“Alcune riflessioni sul tema del Made in”***

Di fronte alla globalizzazione produttiva, nell'interesse dei cittadini e della trasparenza del mercato, ogni prodotto, anche quelli del tessile/abbigliamento, (indicazione obbligatoria da molti decenni negli Stati Uniti), dovrebbe poter garantire l'indicazione del Paese di produzione (*MADE IN*) e la tracciabilità delle fasi del proprio percorso produttivo (come dal 1° gennaio di quest'anno è obbligatorio fare anche in Europa per i prodotti alimentari).

Nonostante l'Europa abbia sancito nella sua nuova Costituzione il diritto del Cittadino ad essere correttamente informato a salvaguardia dei suoi interessi, non esiste alcuna norma che obblighi un produttore o distributore di prodotti a dichiararne la provenienza (*MADE IN*). Questo favorisce frodi ai danni del consumatore.

A seguito delle spinte ad introdurre una adeguata normativa sul tema (spinte che sono intervenute da oltre due anni), la Comunità Europea ha avviato l'esame di tre ipotesi (cosiddette *opzioni*) di possibile decisione circa il *MADE IN*:

- *opzione 1*: nessun obbligo di marcatura (*status quo*);
- *opzione 2*: obbligo di marcatura di origine per i prodotti di provenienza Extra UE, limitatamente ad alcuni comparti produttivi (fra i quali il tessile) ed escludendo dall'obbligo tutti i Paesi in lista di attesa per l'ingresso in UE, nonché tutti i Paesi del Mediterraneo;
- *opzione 3*: obbligo di marcatura di origine per tutti i beni ovunque prodotti.

Ad oggi esiste un orientamento di compromesso da parte della Commissione favorevole ad introdurre l'*opzione 2*, registrandosi forti opposizioni anche verso tale parziale normativa.

L'*opzione 3* non è finalizzata ad instaurare un regime protezionistico nei confronti delle merci provenienti da fuori UE (mentre l'*opzione 2* di cui sopra risulta esplicitamente motivata con tale scopo difensivo e di contrasto), bensì a garantire ai cittadini la possibilità di scegliere in maniera autonoma e consapevole cosa acquistare valutandone il reale valore, non sempre strettamente correlato al prezzo.

Gli aspetti di fondo legati alla dichiarazione di *MADE IN* hanno difficoltà ad emergere nel contesto europeo a causa dell'indifferenza delle istituzioni connessa in primo luogo alla scarsa conoscenza e conseguente presa di coscienza da parte del consumatore.



Tutto questo deve avvenire nella consapevolezza che in un'area sviluppata quale l'Europa, nascondere volutamente - cioè non imporre di far conoscere - al consumatore informazioni per lui importanti non è un fatto accettabile, è anzi eticamente criticabile. Trattandosi poi, in particolare, dell'occultamento del Paese di produzione, cioè del Paese dove si sia svolta la lavorazione manifatturiera, tale vuoto normativo diventa obiettivamente complice della progressiva sparizione della presenza industriale in Italia e in Europa.

Diventa strategico quindi riuscire a veicolare in modo corretto questa esigenza attraverso messaggi chiari e comprensibili. Solo con un consenso allargato e il coinvolgimento di più attori si può perseguire questa ambizione e raggiungere un obiettivo positivo.

Ambrosetti, al fianco dell'Unione Industriale Biellese, ha avviato un'importante iniziativa per aggregare il consenso e contribuire all'informazione e dibattito su questi temi. A questo scopo oltre alla creazione di alcuni momenti di aggregazione del consenso e dibattito, saranno elaborati tre documenti (*positioning papers*) relativamente ai temi:

- Tutela/difesa del consumatore mediante il suo diritto a sapere. In questo contesto si evidenzieranno tutti gli aspetti di *intangibles* che creano valore, dal sociale, alla salute, al culturale. Verrà trattato inoltre il concetto di tracciabilità a due livelli e sarà comparata la legislazione Europea con le norme vigenti negli USA, Giappone e Cina;
- Impatto economico derivante dalla mancanza di conoscenza (obbligo del *Made in*) in termini di occupazione e di PIL;
- Inadeguatezza dell'“opzione 2” attraverso la dimostrazione della mancanza di reciprocità, la messa in evidenza dell'impatto protezionistico (essendo riservato solo ai prodotti extra UE), l'inefficacia di una norma di questo tipo nella lotta alla contraffazione.

Al termine del percorso verrà realizzato, inoltre, un importante forum pubblico, che si terrà a Biella nel mese di luglio.

Ponendo al centro del problema il cittadino, appare evidente come il fine ultimo di questa iniziativa non possa che essere etico. E' necessario affermare l'inalienabile diritto di scelta del consumatore, ed è altrettanto necessario affermare che una scelta è tale se è consapevole e se, chi la esercita, è messo in grado di possedere tutte le informazioni decisive per una corretta valutazione.

Su queste stesse posizioni sono intere classi imprenditoriali, molte hanno fatto di questo tema una loro bandiera ed obiettivo.