

INCHIESTA / DISTRETTI PRODUTTIVI

Tessile e abbigliamento faticano a trovare la trama La
127
indi

LE SPINTE DELLA UE

UN MARCHIO PER LE PMI

DI MARCO FORTIS*

Da qualche giorno, come ha ricordato anche «Il Sole-24 Ore» di martedì 12 aprile, l'Unione europea ha promosso una consultazione su Internet tra i cittadini membri per conoscere se sono interessati all'introduzione di un marchio obbligatorio indicante il Paese di origine di alcune categorie di prodotti extracomunitari non alimentari importati in Europa. La decisione non riguarderebbe tutti i prodotti, ma solo quelli le cui

federazioni europee di settore hanno fatto esplicita richiesta d'adozione di tale identificativo. Sinora, il marchio di origine è stato chiesto, su spinta italiana, dalle federazioni europee di tessile-abbigliamento, calzature, mobilio e altri prodotti della moda, ma presto potrebbe essere richiesto anche per rubinetti, valvole e altri beni, se sarà raggiunta un'intesa politica tra i rispettivi produttori europei.

* Vicepresidente Fondazione Edison

CONTINUA A PAG. 2

Il marchio d'origine è la priorità delle Pmi

«È importante rispondere al sondaggio Ue

Anche dall'esito della consultazione su Internet in corso dipenderanno i destini dell'iter legislativo (impantanato a Bruxelles da ritardi burocratici ormai da due anni) che potrebbe finalmente introdurre in Europa il marchio obbligatorio sull'origine dei prodotti, da tempo già in vigore in altri Paesi, dagli Stati Uniti alla stessa Cina. Il marchio di origine può essere uno strumento per accrescere la competitività delle imprese italiane ed europee di fronte all'invasione di prodotti asiatici a basso costo spesso non a norma o introdotti in Europa in dumping (per i quali diventerebbe obbligatoria l'etichettatura "made in China", "made in Vietnam", ecc.). Può inoltre ridurre i rischi di contraffazione (risultando facilitata l'intercettazione di merci con indicazioni false da parte delle dogane europee) e nello stesso tempo fornire al consumatore finale una informazione più corretta sul bene che sta acquistando. L'attuale proposta di regolamento, che è frutto di un faticoso compromesso politico, prevede che il marchio di origine sia apposto solo sui prodotti extracomunitari. I grandi traders del Nord Europa e i gruppi multinazionali hanno messo in campo tutta la for-

Confindustria Montezemolo, passasse così com'è.

Per gran parte degli imprenditori del Nord-Ovest e per i loro addetti (specie nei Distretti), ma

anche per i cittadini, l'obiettivo di poter avere in Europa il marchio sul Paese di origine sui prodotti importati più "sensibili" alla concorrenza asimmetrica e sleale asiatica è davvero cruciale. Il Nord-Ovest dovrebbe quindi rispondere "in massa" al questionario, dai computer di casa o da quelli delle aziende, in uno sforzo che veda accomunati imprenditori, impiegati, operai, consumatori. Ci si collega a: http://europa.eu.int/yourvoice/consultations/index_it.htm. Appare la schermata sulle consultazioni in corso da parte dell'Unione Europea. Si clicca su Normativa CE sul marchio di origine ("Made in") indagine tramite Internet. È obbligatorio indicare il proprio Paese di appartenenza e specificare se si è un consumatore, un produttore o un dettagliante. Per ciascuna di queste tre categorie apparirà subito dopo una differente serie di brevi domande, a cui si può rispondere in non più di 2-3 minuti. L'importante è farlo prima del 30 aprile, quando l'indagine Internet verrà chiusa.

MARCO FORTIS

ONLINE

Per partecipare al sondaggio dell'Unione Europea e sostenere la richiesta del marchio d'origine: http://europa.eu.int/yourvoice/consultations/index_it.htm

za delle loro lobbies per ostacolare il marchio di origine, che invece interessa moltissimo le Pmi e i Distretti industriali italiani. C'è anche chi, come gli industriali biellesi, vorrebbe che il Paese di

origine fosse indicato su ogni bene, anche su quelli prodotti in Europa, o che si giungesse ad una completa tracciabilità del prodotto (negli Stati Uniti ad esempio, il consumatore può leggere sulle calzature indicazioni del tipo: "prodotto negli Stati Uniti con cuoio importato"). Ma si tratta di un obiettivo più a lungo termine, stan-

te la forte opposizione delle succitate lobbies. Per intanto sarebbe già un grosso successo se l'attuale proposta di marcatura di origine, cavallo di battaglia del viceministro Urso e del presidente di

