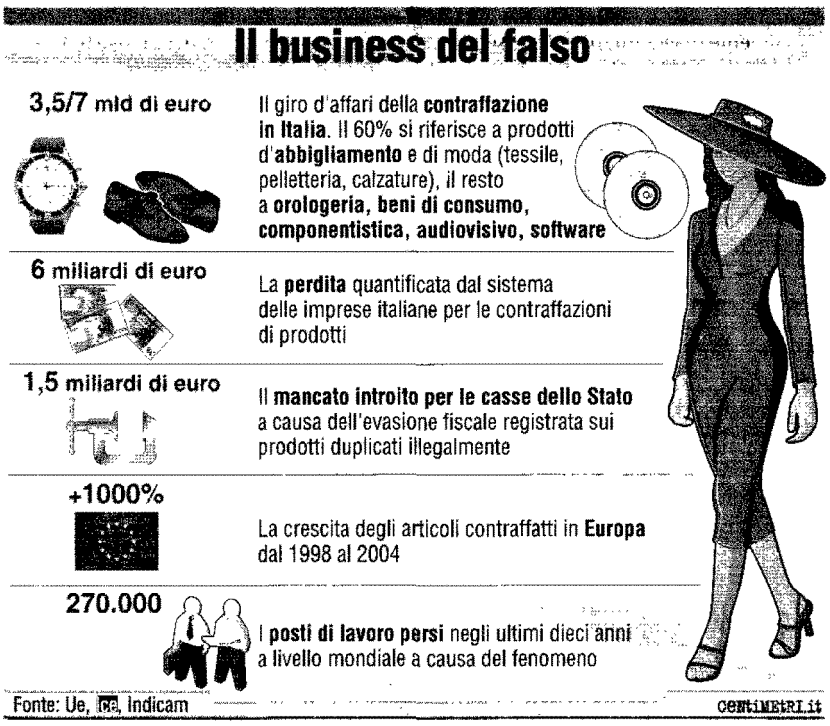
il fatto

Da anni gli imprenditori chiedono senza risultati che l'Unione europea introduca l'etichettatura obbligatoria, in modo da evitare truffe ai danni degli acquirenti. Grazie a sigle sempre più ambigue i prodotti fabbricati nell'Estremo Oriente penetrano sul nostro mercato sfruttando il richiamo del Bel Paese. Alcune associazioni di categoria hanno istituito propri comitati di controllo per denunciare i falsi

Il Made in Italy «minacciato» Una sentenza allarga i confini

Secondo la Cassazione, non è illecita la dicitura «Italia» su articoli realizzati all'estero ma progettati nel nostro Paese Il precedente rischia di penalizzare chi punta sulla manifattura di qualità in patria, a vantaggio della delocalizzazione



IL MERCATO E LE REGOLE

DA MILANO **DIEGO MOTTA**

Quando, nel luglio del 2004, i suoi 1949 orologi provenienti da Hong Kong furono fermati alla dogana di Como, Giorgio Emili, titolare dell'azienda marchigiana Sclock, probabilmente non immaginava che da quei fatti sarebbe nata una vicenda giudiziaria destinata a rimettere in discussione le basi stesse del *Made in Italy*. Allora l'accusa della Procura fu «vendita di prodotti industriali con segni mendaci», dovuta al fatto che la Sclock stava importando prodotti con la dicitura «Officina del Tempo-Italy», recanti nella maggior parte dei casi anche la scritta «italian design». «L'idea era effettivamente italiana – conferma Emili – ma la manifattura del prodotto era *Made in Hong Kong*». Il problema consisteva in quell'*italian design* che poteva indurre in errore il consumatore sul fatto che gli orologi fossero prodotti (e non solo progettati) nel nostro Paese. Tutto si è concluso quindici giorni fa, con la sentenza della Corte di Cassazione che ha dato ragione alla Sclock e torto alla Procura di Como. Risultato? I rappresentanti del *Made in Italy* temono ripercussioni sui loro mercati, già molto provati dalla concorrenza del Far East (Cina in particolare) e vedono vanificata una battaglia condotta per ora senza esito nei confronti dell'Unione europea: quella per l'etichettatura obbligatoria dei prodotti che entrano nel Vecchio Continente, una misura in vigore da tempo in Paesi come gli Stati Uniti e il Giappone. «La sentenza della Cassazione e più in generale la giurisprudenza italiana non aiutano nella difesa del *Made in Italy*», osserva l'economista Marco Fortis, vicepresidente della Fondazione Edison. Le sue parole sono improntate alla diplomazia, ma l'umore delle associazioni di categoria italiane è assai più negativo. «Trovo questa sentenza davvero incredibile – afferma Rossano Soldini, presidente dell'Anci, l'associazione nazionale dei calzaturifici italiani –. Le nostre imprese non dovrebbero vergognarsi di dire dove hanno prodotto i loro manufatti, visto che la normativa tutela con il *Made in Italy* ciò che viene prevalentemente prodotto in Italia». Il problema è che molti degli articoli in questione, si tratti di tessuti, scarpe, orologi o rubinetti, sono tutto fuorché realizzati nel Bel Paese. Da un lato vi sono importatori pronti ad aggirare i controlli alle frontiere e a lucrare sui bassi costi di produzione, dall'altro produttori nazionali che, non volendo dire in quali mercati hanno realizzato i prodotti, si barcamenano in una situazione di incertezza legislativa, sfruttando finché possono il simbolo Italy (variamente accompagnato) e finendo però con affossare le produzioni locali. «Non ho niente contro queste aziende – continua Soldini – a patto che vengano salvaguardati gli interessi dei settori che vivono e producono lecitamente in Italia, tutelando l'occupazione dei lavoratori e i diritti dei consumatori». A questo serve la battaglia per l'etichettatura obbligatoria, per di più in un momento in cui medie e grandi imprese stanno riscoprendo i vantaggi della produzione in loco. «Si tende sempre di più a fare tutto in Italia, quando possibile – racconta Fortis – e quello che storicamente valeva per i piccoli distretti industriali un domani varrà anche per mercati delle macchine e della tecnologia in genere». Una conferma indiretta arriva da Ettore Riello, presidente di Anima, la federazione che raggruppa le associazioni dell'industria meccanica varia e affine, la quale ha istituito un comitato anticontraffazione grazie a cui ha recentemente individuato 15 casi di imitazione illegale esposti in una fiera di settore: si trattava di rubinetti, valvole idrauliche e design delle docce. «Non bisogna mai abbassare la guardia» sostiene Riello. Le attività di controllo, per le merci in transito alle dogane e per quelle esposte all'interno delle manifestazioni di settore, consentono di scoprire spesso imitazioni illegali del *made in Italy*: si va dall'«Italian design» all'«Italian style», dall'«ideato in Italia» al «pensato in Italia», fino a formule più bizzarre come il «mode in Italy» o il «brain in Italy». «Sono furbate che devono finire al più presto», si augura Soldini, ben consapevole però che l'Unione europea si è mostrata sin qui sorda ai richiami delle nostre aziende e dei nostri governi. La battaglia diplomatica va combattuta a Bruxelles, quella economica si misura giorno dopo giorno sui mercati, nella speranza che non si debbano attendere le sentenze controverse dei tribunali. «Ho aspettato tre anni per aver ragione», osserva oggi Emili, convinto che la decisione della Cassazione sugli orologi della Sclock *Made in Hong Kong* non rappresenti affatto un precedente negativo. «Per non incorrere in nuovi pasticci, però, abbiamo preferito, almeno sulle linee di produzione incriminate, attivare una serie di laboratori di ricerca esclusivamente in Italia». Il ricorso alla magistratura, insomma, ha funzionato almeno come deterrente, nonostante le polemiche sulla sentenza della Cassazione non si siano ancora placate.

IL CASO

SORPRESA: LA SCARPA ITALIANA SALUTA LA CINA E TORNA A CASA

Scarpe «Made in China»? No, grazie. Bata, nota marca italiana delle calzature, guida l'inversione di tendenza e rilancia il «Made in Italy». L'azienda veneta, che nel 2006 ha venduto oltre 9 milioni di paia, ha deciso di far rientrare nella nostra penisola buona parte della produzione in precedenza realizzata all'estero. Circa il 50% dei prodotti a firma Bata è realizzato nei nostri confini, mentre qualche anno fa non si superava il 35%, a beneficio degli stabilimenti cinesi, indiani e brasiliani. Non solo: Bata ha deciso

di inviare quattro supertecnici in Cina per controllare la qualità dei prodotti. La svolta di Bata si accompagna a quella di un'altra società, la 3A Antonini, che negli anni Ottanta ha lanciato il marchio Lumberjack e negli ultimi anni aveva puntato molte carte sullo sviluppo in Cina. Ora il gran ritorno in patria, in nome di quel valore aggiunto che solo il «Made in Italy» sa effettivamente garantire. Pechino non scomparirà dagli orizzonti del gruppo, ma si trasformerà in un grande sbocco commerciale. Se proprio si deve delocalizzare, insomma, almeno lo si faccia per vendere. **(D.M.)**