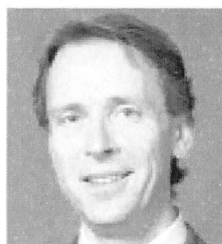


PADRONI NUOVI

IL NUOVO presidente confindustriale, Squinzi, ha rammentato nella relazione all'assemblea che il total tax rate nel 2011 era in Italia del 68,5% (quest'anno supererà il 71%), mentre in Svezia risultava del 52,8%, in Germania del 46,7%, in UK del 37,3%. Eloquente, chiaro e forte, ultimo a sottolinearlo, ha voluto aggiungere il politically correct: «la lotta all'evasione è sacrosanta». Partecipavo, in fondo al tavolo, a una cena tra esponenti politici e imprenditori, ansiosi i primi circa i voti che avrebbero ancora potuto ricevere in futuro. Forse ho capito male, ma nel sovrapporsi di voci e risate a un certo punto mi parve proprio di sentire dal capo partito: «Detto tra noi, dovremmo uscire dall'Europa, non ce la faremo. Noi italiani siamo gente tollerante e molto diversa dagli altri. L'abbiamo praticato sempre l'assistenzialismo, siamo fatti così e chiudiamo un occhio ad ogni occasione. Come si fa a mettere su una strada proprio quelli che si arrangiano, con posti e posticini, lavoretti inventati e nero?». Lui al mattino aveva al microfono del convegno nel teatro vicino dichiarato che senza Bruxelles e Berlino saremo fritti... che l'evasione... bla... bla... bla. Riflettevo, tra me e me, e vedevo una rivoluzione nel momento in cui per dare il 71% allo Stato ci si indebiterà per trovare quei soldi, che l'azienda avrà finito dopo essersi mangiata qualsiasi margine. Mi trovavo in una provincia calzaturiera e mi intristivo al pensiero che tra qualche tempo avrei dovuto mettermi, per risparmiare, scarpe cinesi. Del resto, da mesi sto lontano dalle vie dello shopping e del lusso per paura degli "spettacoli" della finanza. E intanto sul cellulare vedevo la notizia. Max Mara, cioè Luigi Maramotti, è stato assolto dal tribunale di Reggio Emilia perché "il fatto non sussiste". Era stato accusato di evasione fiscale e la procura aveva invece chiesto per il proprietario del gruppo, famoso nella moda, una condanna a un anno di reclusione. Era, cioè è, consigliere di Unicredit. Diffamazione, discredito internazionale, danni alle vendite chi glieli ripaga? I nuovi padroni, cioè quegli accertatori che brutalmente hanno voluto sia il colpo sensazionale sia raggiungere prima il tetto fissato dai capi? Quelli che vengono in conferenza stampa con cifre enormi di evasione, da titoloni e da note di encomio, poi ridimensionate dai giudici del 40%? Chissà gli educatori italiani come riescono a spiegare, se lo fanno, la parola "civiltà" agli studenti. Più facilmente commenteranno gli esempi, che fanno degli italiani un'accozzaglia di servitori. Dopo i francesi, che hanno comprato la nostra moda, entrano gli asiatici, coreani e cinesi. Si fermeranno solo a conquista avvenuta. Dovremo perciò servire due padroni, uno a nord e l'altro a est. Lin, dimmi pel favole, dopo Paligi, dove devo andare a espolle, glazie.

c.t. □

di Marco Fortis*
Santa Croce, 31 maggio 2012



Il tema dell'obbligatorietà del marchio di origine è di antica data. Una proposta in tal senso apparve già nel 2001 quando, in un articolo firmato a quattro mani con il prof. Alberto Quadrio Curzio e pubblicato dal

quotidiano *Il Sole 24 Ore*, proposi di fare in Europa esattamente come negli Stati Uniti, dove ogni prodotto viene venduto con l'etichetta che specifica qual è il Paese in cui è stato realizzato. Fu una provocazione, accolta dall'allora vice ministro Adolfo Urso, che però finì per impaludarsi tra le difficoltà, la principale delle quali era che il regolamento di attuazione, che pure la Commissione Europea aveva redatto, doveva essere approvato da una maggioranza qualificata del Consiglio composto da esponenti degli Stati membri. Perciò l'Italia, sapendo che l'approvazione non sarebbe mai passata per la dichiarata contrarietà di alcuni governi, tra cui quelli di Germania e Gran Bretagna - ma la stessa Francia ha più volte vacillato - preferì, comprensibilmente, evitare una sonora bocciatura.

A meno che non emergano clamorosi casi di contraffazione internazionale del marchio di origine, che porterebbero le associazioni europee dei consumatori a chiedere a gran voce perfino ai colleghi di Germania e Gran Bretagna di votare severe normative sulle applicazioni delle provenienze, ritengo che la questione sia ormai chiusa. Troppa acqua è passata sotto i ponti. Inoltre, con il tempo, gli stessi proponenti nazionali appaiono indeboliti, perché tra le loro file sono aumentati coloro che non hanno più alcun interesse ad approvare queste normative. Sono però convinto che un modo per aggirare l'ostacolo c'è. Piuttosto che puntare sul "made in" obbligatorio, è meglio mettere in campo, come sta facendo Unicredit nell'ambito della pelle, tutte quelle iniziative possibili per tutelare la trasparenza e l'informazione sulla materia prima con cui viene realizzato un manufatto. Non è forse la stessa cosa che fanno i tedeschi, applicando standard particolarmente severi sui prodotti d'importazione per impedire al "made in China" di entrare nel loro territorio nazionale? Naturalmente poi bisognerà cercare la collaborazione di quelle associazioni attive in ambiti quali salute del consumatore e tutela dei prodotti di qualità. Così facendo, riusciremo a superare non solo le opposizioni del nord Europa, ma anche gli ostacoli posti dalle lobby contrarie che esistono perfino in Italia, dove sono tantissimi coloro che di giorno dicono di fare i manifatturieri per poi, di notte, trasformarsi in importatori.

* economista, vice presidente Fondazione Edison, stralcio della relazione presentata al convegno "I distretti della pelle nella filiera della moda"