

Scambi. Vito Artioli (Anci): serve un marchio indelebile che va difeso per legge

L'etichetta non basta per il made in

Eleonora Vallin

■ Oltre al danno, potrebbe arrivare anche la beffa. Vito Artioli, 74enne presidente dell'Anci, l'Associazione nazionale degli imprenditori calzaturieri, storce il naso ed è assai scettico sul passaggio a Bruxelles della legge Reguzzoni-Versace sul made in Italy. «Siamo a rischio bocciatura - precisa il presidente - ma potremmo anche dover pagare una grossa penale. E questo non ci farebbe certo piacere».

Artioli parla diretto, senza filtri: «Prima di varare la legge e di portarla in Commissione europea, dovevamo affinarla e migliorarla. Riflettendoci sopra un po' di più». E aggiunge: «La nostra capacità competitiva sta nell'essere fedeli alla tradizione e alla cultura italiana e questo non vale solo per le calzature, ma per la moda, l'alimentare, l'arredo-design. L'etichettatura non potrà che dare ulteriore prestigio, rendendo più appetibile acquistare italiano. All'estero ci invidiano in tutto: per come mangiamo, ci vestiamo o arrediamo le nostre case». «Eppure - continua - se vogliamo regolamentare un prodotto, e non la sua importazione, allora dobbiamo garantire che la parte preponderante della lavorazione sia effettivamente fatta in Italia».

IL NODO DAZI

Occorre spingere sugli accordi bilaterali tra paesi per favorire la costituzione di aree di libero scambio

Oggi il testo riconosce quattro fasi che, per il calzaturiero sono: concia, lavorazione della tomaia, assemblaggio e rifinitura. In teoria, per l'etichettatura, basterebbe svolgerne in Italia almeno due. Artioli, però, provoca: «Ma se questi due passaggi fossero solo il primo e l'ultimo, che potrebbe consistere anche solo nel confezionamento, che razza di made in Italy sarebbe?»

La soluzione che il presidente Anci propone è, dunque, quella di rendere almeno una fase obbligatoria, e per il calzaturiero dovrebbe essere «indiscutibilmente la terza», quella della composizione della scarpa, ovvero dell'assemblaggio e costruzione. «Con questa indicazione - sottolinea - la legge, tra l'altro, non sarebbe a rischio bocciatura dall'Ue».

Nella peggiore delle ipotesi, tuttavia, anche lo stesso marchio «made in Italy», pur regolamentato, potrebbe essere contraffatto. E anche qui Artioli prospetta una via d'uscita. «Non basta una semplice etichetta staccabile - dice - serve un marchio indelebile; e anche questo va definito per legge. Così come le caratteristiche igieniche del prodotto e l'uso di materiali che non provocano allergie o malattie».

Accanto e parallelamente alla normativa, spiega però il presidente, va «portata avanti, con forza e rigore, anche la lotta alla contraffazione».

Ma sarà efficace qualche multa in spiaggia a delle sfortunate clienti straniere? Per Artioli è proprio il consumatore il bersaglio da colpire in que-

sta battaglia; però «con continuità e senza sconti». «La lotta alla contraffazione - precisa con fermezza - ha bisogno di forti deterrenti proprio all'acquisto».

Quanto ai dazi che continuano ad «appesantire se non aggravare l'export» soprattutto verso i Paesi emergenti e le nuove economie (+35% in Brasile l'esborso per il settore del calzaturiero secondo l'Anci), il presidente boccia i «patti globali unilaterali» e osserva: «Credo sia il momento di spingere su accordi bilaterali tra Paesi per creare zone di libero scambio».

Sulla competitività dei prodotti, anche in termini di prezzo, la risposta è immediata: «È vero che oggi il made in Italy coincide con l'alto di gamma. Ma vendiamo qualità e ci vogliamo confrontare solo su questa. Ogni altra partita sarà persa in partenza perché in Italia abbiamo un costo Paese, intendo welfare e lavoro, che altrove, vedi Cina, non c'è».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IMAGOECONOMICA



Anci. Vito Artioli

