

Redazione e  
amministrazione:  
Scesa Porta Laino, n. 33  
87026 Mormanno (CS)  
Tel. 0981 81819  
Fax 0981 85700  
redazione@faronotizie.it

Testata giornalistica  
registrata al Tribunale di  
Castrovillari n° 02/06  
Registro Stampa  
(n.188/06 RVG) del 24  
marzo 2006

Direttore responsabile  
Giorgio Rinaldi

## MADE IN EUROPE: UNA SFIDA PER CHI HA STOFFA DA VENDERE

di Paola Cerana



Lo scorso venerdì 15 febbraio si è svolto a Milano un convegno organizzato dalla Commissione Europea e dal Ministero delle Attività Produttive, in accordo con Euratex, l'Associazione che rappresenta l'industria del Tessile e Abbigliamento Europeo.

L'evento non ha avuto forse lo stesso rilievo mediatico delle sfilate pret-à-porter, che quasi contemporaneamente, come tutti gli anni in questo periodo, hanno catalizzato i riflettori milanesi. Ma è stato un appuntamento altrettanto importante e implicitamente legato a quel mondo appariscente che pone in primo piano la moda e i suoi patinati eventi mondani. Quindi, mentre davanti a

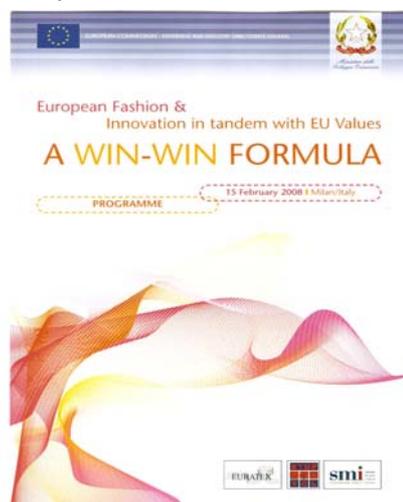
passerelle affollatissime, sfilavano le modelle per Versace, Dolce e Gabbana, Valentino e Zegna, dietro le quinte un gruppo di imprenditori, venuti da tutta Europa, cercava di trovare accordi e soluzioni efficienti ai problemi di un tessile un po' zoppicante.

La conferenza, intitolata "European Fashion: a Win-Win Formula", è stata aperta dal vicepresidente della Commissione Europea, Gunther Verheugen, accolto con un efficace discorso, dal presidente di Euratex, Michele Tronconi e dal sottosegretario alle Attività Produttive, Sergio D'Antoni.

Il titolo riassume l'obiettivo del meeting, ovvero la necessità che i Paesi europei approdino al più presto ad una formula di reciproco vantaggio, in cui gli oneri delle imprese si traducano automaticamente in vantaggi visibili e godibili attraverso i beni prodotti. Ciò significa che il rispetto per l'ambiente, la sicurezza sul lavoro, la salute dei lavoratori e dei consumatori dovrebbero rappresentare non solo dei doveri da rispettare ma anche dei meriti da premiare.

Il discorso andrebbe calato in un contesto più ampio, in cui entrano in gioco la globalizzazione e la concorrenza inevitabile di Paesi come la Cina e l'India, che oramai sarebbe meglio definire paesi *emersi* anziché emergenti. Le industrie tessili europee devono, infatti, confrontarsi con un mercato sostenuto da sistemi di regole e valori diversi dai propri, che si riflettono in forti differenze nei costi di produzione e, di conseguenza, sui prezzi al consumo.

E' proprio questo il problema: i prodotti tessili europei sono spesso più cari di quelli provenienti dalla Cina o dall'India, è vero, ma dentro quel costo in più stanno proprio quelle garanzie che gli altri beni non hanno. Perciò pantaloni, giacche, camicie e scarpe



*made in Europe* dovrebbero essere apprezzati non come più costosi ma come prodotti dotati di un maggior valore e di una maggiore qualità. Rispettare certe regole, quindi, non dovrebbe risultare penalizzante in termini economici, traducendosi in maggiori costi e minori introiti, ma al contrario dovrebbe portare un bel segno *più* sulla bilancia di chi si impegna a lavorare in maniera corretta e coerente.

La sfida e lo scopo del convegno erano proprio questi: cercare di trasformare gli obblighi in risorse competitive. E per ottenere questo risultato occorre innanzitutto informare ed educare i consumatori, affinché sappiano che cosa acquistano e perché scelgono di acquistare un prodotto magari più caro ma sicuramente di qualità, rispetto ad uno più economico ma intrinsecamente di scarso valore se non addirittura nocivo.

Purtroppo, spesso, si dà per scontato tutto quello che sta dietro un capo d'abbigliamento e ci si ferma solo davanti al cartellino del prezzo. Eppure, già da qualche anno, la maggioranza dei membri del Parlamento Europeo si è espressa a favore dell'obbligatorietà del "*Made In*" per le merci provenienti da Paesi extra - europei. Questo è un provvedimento molto importante che, se verrà approvato come si auspica, tutelerà il diritto dei consumatori a conoscere la provenienza dei beni acquistati, rendendo l'offerta trasparente e la scelta consapevole.

E' proprio questo il problema: i prodotti tessili europei sono spesso più cari di quelli provenienti dalla Cina o dall'India, è vero, ma dentro quel costo in più stanno proprio quelle garanzie che gli altri beni non hanno. Perciò pantaloni, giacche, camicie e scarpe *made in Europe* dovrebbero essere apprezzati non come più costosi ma come prodotti dotati di un maggior valore e di una maggiore qualità. Rispettare certe regole, quindi, non dovrebbe risultare penalizzante in termini economici, traducendosi in maggiori costi e minori introiti, ma al contrario dovrebbe portare un bel segno *più* sulla bilancia di chi si impegna a lavorare in maniera corretta e coerente.

La sfida e lo scopo del convegno erano proprio questi: cercare di trasformare gli obblighi in risorse competitive. E per ottenere questo risultato occorre innanzitutto informare ed educare i consumatori, affinché sappiano che cosa acquistano e perché scelgono di acquistare un prodotto magari più caro ma sicuramente di qualità, rispetto ad uno più economico ma intrinsecamente di scarso valore se non addirittura nocivo.

Purtroppo, spesso, si dà per scontato tutto quello che sta dietro un capo d'abbigliamento e ci si ferma solo davanti al cartellino del prezzo. Eppure, già da qualche anno, la maggioranza dei membri del Parlamento Europeo si è espressa a favore dell'obbligatorietà del "*Made In*" per le merci provenienti da Paesi extra - europei. Questo è un provvedimento molto importante che, se verrà approvato come si auspica, tutelerà il diritto dei consumatori a conoscere la provenienza dei beni acquistati, rendendo l'offerta trasparente e la scelta consapevole.



E' vero che la concorrenza è inclemente e non sempre corretta ma l'industria tessile europea, e italiana in particolare, ha un vantaggio: il gusto del bello, che trae ispirazione da un passato radicato e da una tradizione estetica inimitabile. E questo lo si può vedere quotidianamente ovunque, non esclusivamente nell'industria tessile, ma anche nell'arte, nell'arredamento, nell'architettura e nell'artigianato. Almeno il buon gusto non può essere contraffatto.