



Audizione di Unioncamere

“Disposizioni concernenti la commercializzazione dei prodotti tessili, della pelletteria e calzaturieri”

A.S. 1930, A.S.299, A.S.731, A.S.1308, A.S.1801

10° Commissione Industria, commercio, turismo

Senato della Repubblica

Roma, 17 Febbraio 2010

PREMESSA

Il sistema camerale è da sempre particolarmente sensibile alle tematiche connesse con la tracciabilità dei prodotti; in quanto tale strumento da un lato, consente di dare al consumatore una corretta e trasparente informazione sull'origine e le caratteristiche dei prodotti e, dall'altro lato, fornisce alle imprese la possibilità di qualificare e rendere meglio riconoscibili i propri prodotti.

In questo senso, l'Unioncamere ha condiviso la battaglia condotta in ambito comunitario dal nostro Paese, per l'introduzione dell'obbligatorietà della marchiatura d'origine (made in ...) sulle merci. L'indicazione del Paese di origine è tema complesso che coinvolge interessi fortemente contrapposti sia a livello di Stati Membri dell'Unione Europea che a livello di settori manifatturieri.

Per altro verso, l'attuale normativa europea in materia, che ha come riferimento le regole del codice doganale, consente agli operatori del mercato (produttori e distributori) di continuare ad utilizzare l'indicazione "Made in Italy", pur avendo delocalizzato gran parte della produzione.

A livello nazionale si è già intervenuti con diversi provvedimenti legislativi nel tentativo di definire un quadro regolamentare più chiaro e trasparente pur nella consapevolezza che il tema delle regole di origine è di competenza dell'Unione Europea.

Da questo quadro, emerge quindi con forza la necessità di affrontare il tema in un'ottica di trasparenza e correttezza verso il consumatore finale, che sceglie sempre e comunque quale prodotto acquistare secondo parametri ben precisi (prezzo, qualità, aspetti legati alla salute, aspetti etici e ambientali legati alla produzione, altri).

Con questa convinzione, Unioncamere, anche attraverso ITF, l'Associazione delle Camere di commercio per lo sviluppo della filiera moda, ha investito sul tema della tracciabilità volontaria definendo un modello condiviso con tutte le principali Associazioni di categoria, sia della produzione che della distribuzione.

Una maggiore attenzione alla trasparenza sulle fasi della filiera produttiva e alla qualità del prodotto possono, infatti, aiutare il Sistema Moda nazionale ad avviare più rapidamente le strategie di uscita dalla crisi economica.

Elementi chiave come la dichiarazione dell'origine dei prodotti, la sostenibilità ambientale e la conformità dei prodotti possono contribuire indubbiamente non solo a

differenziare il prodotto e ad aumentare la competitività degli operatori economici, ma anche fungere da leva per mantenere integra e competitiva la filiera.

E' per questo che Unioncamere segue con particolare interesse i disegni di legge in materia ed in particolare quello recante "*Disposizioni concernenti la commercializzazione dei prodotti tessili, della pelletteria e calzaturieri*", attualmente in discussione alla Commissione Industria del Senato, che intende istituire un sistema di etichettatura obbligatoria che "*evidenzi l'origine di ciascuna fase di lavorazione dei prodotti dei settori tessile, pelletteria e calzaturiero, ed assicuri la tracciabilità dei prodotti stessi*".

IL QUADRO MACROECONOMICO

Il Sistema Moda italiano è uno dei comparti economici più importanti per il nostro Paese. Nel corso degli anni, la continua crescita del settore ha permesso all'Italia di acquisire una posizione di assoluta *leadership*. Nel 2008 il Valore Aggiunto del Sistema Moda nazionale è stato di 27,4 miliardi di Euro, pari all'11% dell'industria manifatturiera italiana: nel complesso, l'incidenza del settore appare nettamente superiore a quella registrata da altre realtà europee come Spagna (4,9%), Francia (3,6%), Regno Unito (2,9%) e Germania (1,7%).

Anche in termini di *export*, il Sistema Moda gioca un ruolo fondamentale all'interno della bilancia commerciale dell'Italia: nel 2008, il Sistema Moda ha realizzato esportazioni per 41,9 miliardi di Euro, pari all'11,5% del totale (365,7 miliardi di Euro). Nei singoli comparti emerge il ruolo trainante dell'Abbigliamento (40% dell'*export* complessivo), seguito dal Tessile (26%) e dal comparto calzaturiero (18,2%). Incide in misura minore l'*export* della Concia (7,56%) e della Pelletteria (7,46%). Il contributo del Sistema Moda è fondamentale anche per l'avanzo commerciale che garantisce al Paese: nell'ultimo anno infatti, la bilancia commerciale del Sistema Moda ha fatto registrare 16,5 miliardi di Euro di attivo, classificandosi al terzo posto, dietro alla meccanica industriale e specialistica.

Il Sistema Moda, quindi, è secondo solo all'industria meccanica, ponendosi davanti a molti altri settori, come l'*automotive*, l'alimentare e la chimica.

Anche sul fronte occupazionale il Sistema Moda ricopre un ruolo primario all'interno dell'economia nazionale: si stima approssimativamente oltre un milione di persone

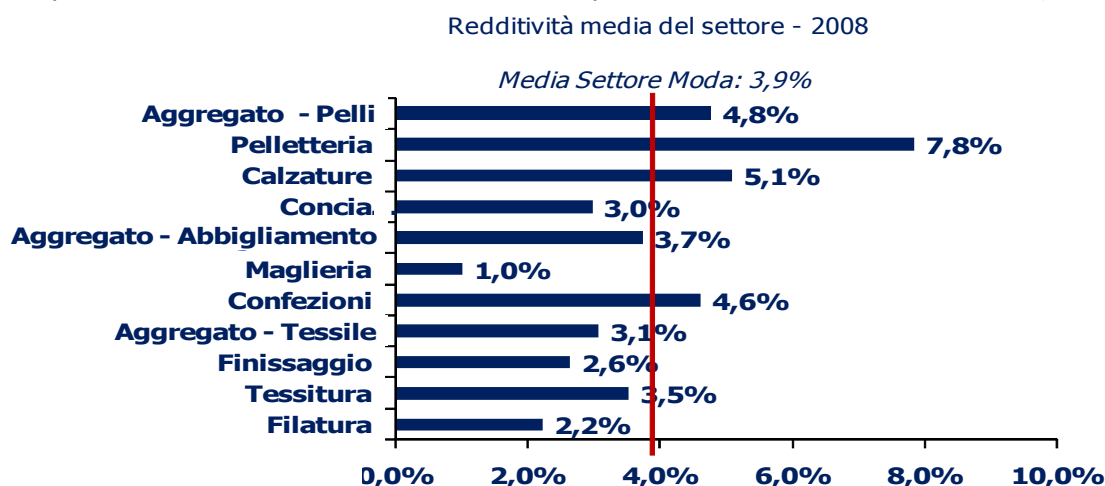
occupate nella Filiera del settore Moda, di cui 620.000 all'interno dell'industria e 460.000 all'interno del commercio. Ciò significa che 1 occupato su 8 lavora all'interno del Sistema Moda. Inoltre, il 61% degli occupati all'interno del Sistema Moda è di sesso femminile: in sintesi, tra le donne che lavorano nell'industria e nel commercio, quasi 1 su 4 è impiegata all'interno del Sistema Moda.

Nonostante gli indubbi punti di forza del settore, negli ultimi due anni neppure il Sistema Moda italiano è passato indenne attraverso la crisi economico-finanziaria globale iniziata nell'ultimo quadrimestre del 2008: l'analisi sui principali parametri di carattere congiunturale relativi agli ultimi mesi (indici di fatturato, dei nuovi ordinativi e dei prezzi alla produzione, andamento della CIG, *import*, *export* e saldo commerciale, ecc.) evidenziano un quadro dominato più da ombre che da luci.

Il settore Moda italiano sta scontando sempre più duramente un progressivo calo dei volumi dovuto (al di là della difficile congiuntura economica attuale) ad un progressivo spostamento di produzione delle fasi a monte in altre aree del Mondo (come, ad esempio, il *Far East*). I settori "a monte" italiani presentano infatti notevoli difficoltà competitive su scala globale, a causa dell'elevata zavorra di investimenti fissi necessari per alimentare l'attuale modello di *business*, dei differenti parametri di costo del lavoro e delle normative di sicurezza.

A fronte della sofferenza del Tessile e della Concia delle pelli, il settore dell'Abbigliamento rappresenta il perno portante dell'intero sistema, seppur anch'esso presenti diversi punti di debolezza, tra cui il livello di indebitamento e un elevato fabbisogno di capitale circolante. La Pelletteria e le Calzature rappresentano invece i settori più sani e solidi all'interno delle industrie del Sistema Moda.

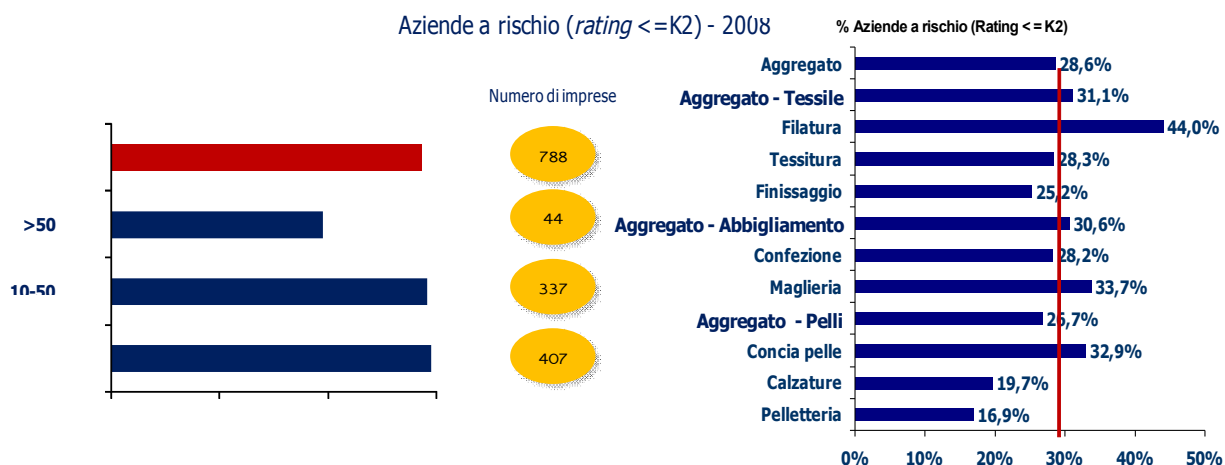
Comparazione dell'indice di redditività tra i comparti del settore della Moda italiani (esercizio 2008)



La differenza di *performance* tra le aziende del settore appare ancor più evidente in funzione delle diverse classi dimensionali: se si considerano insieme redditività delle imprese, livello di indebitamento e patrimonializzazione, e loro dimensione, i dati mostrano prestazioni molto più scarse per le imprese più piccole, che sono mediamente meno redditizie, più indebitate e meno patrimonializzate di quelle grandi.

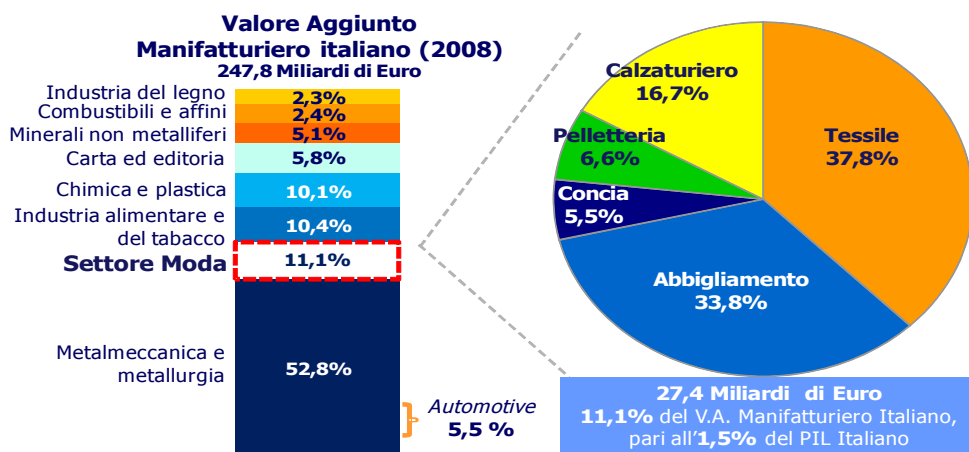
Uno studio quantitativo sulla vulnerabilità delle imprese nei diversi comparti mette quindi in ulteriore evidenza la scarsa “salute” finanziaria delle imprese del settore, con alcune situazioni di alto rischio di fallimento. Ancora una volta, le aziende più piccole e attive nei comparti a monte delle filiere presentano la situazione di maggior criticità.

Ripartizione delle imprese a rischio nel campione di riferimento del Sistema Moda italiano per classe dimensionale e per comparto di attività (esercizio 2008)



La crescita conosciuta dal Sistema Moda italiano a partire dalla metà degli anni '70 e fino alla prima metà degli anni '90, ha consentito all'Italia di acquisire un'indiscussa posizione di *leadership* a livello internazionale.

La filiera tessile-abbigliamento ricopre approssimativamente poco più dei due terzi del totale, con il 37,8% del tessile ed il 33,8% dell'abbigliamento; la filiera della concia-pelletteria-calzatura copre l'altro terzo, con un peso rilevante del comparto calzaturiero (pari al 16,7% del Sistema moda totale).



Fonte: Rapporto Unioncamere - Meridiano Moda (rielaborazione The European House - Ambrosetti su dati Eurostat, 2010 - Conistat, 2010 - Ocse, Dicembre 2009).

II RUOLO DELLE CAMERE DI COMMERCIO IN TEMA DI MADE IN ITALY”

Competenze generali

Con la legge sul sistema camerale - la legge n. 580 del 1993 - è stata riconosciuta alle Camere di commercio una funzione generale di supporto, promozione e tutela di tutte le componenti del sistema produttivo e del mercato: le imprese e i consumatori (oltre che i lavoratori).

Si tratta di una competenza ribadita anche dal decreto legislativo di riforma delle Camere di commercio approvato dal Consiglio dei Ministri lo scorso 10 febbraio. Nei Consigli camerali è prevista infatti la presenza di un componente che proviene dalle associazioni di tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti, designati dalle organizzazioni maggiormente rappresentative nell'ambito della circoscrizione territoriale di competenza.

Nel tempo, inoltre, le Camere di commercio hanno visto loro affidati ulteriori importanti compiti di regolazione del mercato e di garanzia del consumatore: per il made in Italy, in particolare, la normativa prevede tra le funzioni attribuite alle Camere di commercio la competenza a verificare il rispetto delle disposizioni dettate a tutela della corretta informazione del consumatore.

Le Camere di commercio esercitano infatti, attività ispettive in materia di etichettatura e possono irrogare sanzioni amministrative per le violazioni commesse in materia commerciale ed industriale.

Presso le Camere, inoltre, opera un responsabile delle attività finalizzate alla tutela del consumatore e della fede pubblica, con particolare riferimento ai compiti in materia di controllo di conformità dei prodotti e strumenti di misura.

Le Camere effettuano anche controlli sull'etichettatura dei prodotti e verificano il rispetto dell'obbligo di dotare il prodotto di una etichetta indicante la sua denominazione e composizione. Le Camere verificano, infine, la tenuta dei documenti commerciali di accompagnamento di prodotti non offerti in vendita, e dei documenti tecnici e amministrativi.

Al fine di coordinare le diverse esperienze nel settore, nel 2005 è stata anche costituita un'Associazione Intercamerale (Itf-Italian Textile Fashion-), promossa dall'Unioncamere, cui aderiscono numerose Camere di Commercio e Unioni Regionali. Tra gli obiettivi di ITF quello di favorire un miglior coordinamento tra gli interventi attuati dai vari enti camerali a livello territoriale, cercando di sintetizzare in maniera più efficace gli interessi dei soggetti compongono la filiera moda, ricercando le opportune convergenze con il mondo associativo.

Il sistema delle Camere di commercio, anche attraverso la rete dei laboratori chimico-merceologici può, inoltre, efficacemente tutelare gli interessi sia dei consumatori che delle imprese, mettendo a disposizione il suo *know-how* per garantire il rispetto delle regole e la trasparenza del mercato.

Il consumatore, infatti, deve essere tutelato in tutte le fasi che accompagnano l'atto del consumo e ha diritto ad una corretta e completa informazione sulle caratteristiche e il contenuto del prodotto che deve essere stato realizzato nel rispetto delle norme relative alla sicurezza ed alla salute.

Anche le imprese devono pertanto puntare sulla trasparenza per rendere consapevole il consumatore di ciò che compra.

Su questi temi, il sistema camerale, ha investito molto attraverso una serie di attività con i seguenti obiettivi:

- adottare un quadro normativo comune all'interno dell'UE-27 in materia di indicazione del Paese di origine sui prodotti del Sistema Moda in entrata sui mercati nazionali;
- introdurre e diffondere una certificazione volontaria della tracciabilità dei prodotti del Sistema Moda, intesa come insieme delle informazioni sull'origine dei

prodotti lungo la filiera, anche attraverso l'individuazione di fattori di premialità per le imprese che investono in trasparenza e campagne di sensibilizzazione nei confronti dei consumatori;

- intensificare i controlli sulla composizione dichiarata nell'etichetta dei prodotti Moda, ed aumentare le risorse destinate agli organi preposti a tale attività.

Queste diverse azioni hanno tutte l'obiettivo comune di far evolvere il sistema paese verso segmenti di mercato più alti dove la sfida da raccogliere è legata alla qualità e non ai costi di produzione.

Regolamento europeo sul "Made In"

Un marchio di origine su prodotti importati da paesi terzi è una semplice, ma preziosa informazione sulla provenienza di una merce da un paese estero, che permetterebbe ai consumatori europei di conoscere il luogo in cui essa è stata prodotta.

L'esistenza di un marchio di origine obbligatorio è particolarmente importante per alcune categorie di merci la cui associazione ad un luogo di produzione del mercato globale è suscettibile di rivelare al consumatore molto di più di un semplice dato geografico; si pensi a categorie come il tessile e l'abbigliamento, la gioielleria, la ceramica, il vetro, l'arredamento.

Attualmente, l'obbligo di indicazione dell'origine non esiste a livello europeo.

I maggiori partner commerciali dell'Unione, invece, hanno introdotto un sistema di indicazione obbligatoria dell'origine di alcune categorie di merci già da tempo. Tra questi, dispongono di un tale sistema gli Stati Uniti, il Canada, la Cina e il Giappone.

I vantaggi nell'introduzione di un marchio di origine obbligatorio sono sostanzialmente di tre ordini:

- maggiore trasparenza nei confronti dei consumatori e quindi scelte di acquisto maggiormente informate e consapevoli. Non si tratta, in particolare, di discriminare prodotti extra-UE rispetto a quelli prodotti internamente, ma solo di permettere ai consumatori di avere maggiori informazioni su ciò che acquistano e di introdurre un ulteriore elemento di tracciabilità sul mercato europeo;
- eliminazione dello svantaggio, in termini di commercio e soprattutto competitività, che l'UE soffre nei confronti delle sue principali controparti

commerciali. Diversi settori europei devono apporre l'indicazione della provenienza delle merci che esportano in paesi come gli Stati Uniti o la Cina, senza che debba avvenire il contrario;

- un ostacolo in più al diffondersi preoccupante di etichette e altre indicazioni false e fraudolente sull'origine delle merci.

Unioncamere ritiene dunque che debba essere compiuto ogni sforzo pur di arrivare alla approvazione di un regolamento europeo sull'indicazione dell'origine.

Progetto di sistema sulla tracciabilità volontaria

Qualificare la propria produzione, grazie ad una maggiore trasparenza sulle fasi del processo produttivo andando anche oltre l'eventuale approvazione del "Made in" a livello europeo: è questa la finalità principale che ha portato all'elaborazione di un sistema di tracciabilità della filiera moda, un'esigenza avvertita non solo dai territori produttivi, ma anche dalle associazioni di categoria.

Itf - Italian Textile Fashion, Associazione delle Camere di Commercio per la valorizzazione e tutela della filiera moda, ha realizzato un progetto per la valorizzazione del settore moda nazionale (tessile/abbigliamento/calzaturiero) attraverso un *sistema volontario di tracciabilità ed etichettatura*.

Il progetto ha l'obiettivo di sviluppare per le imprese, approcci volontari atti a individuare e valorizzare quei requisiti non obbligatori che possono qualificare il prodotto differenziandolo da quello convenzionale e rendendolo maggiormente appetibile sul mercato;

I consumatori inoltre sono certi di acquistare un prodotto di cui si conosce tutta la storia, comunicata chiaramente in un'apposita etichetta, che sancisce la provenienza di ciascuna fase di lavorazione.

L'ottenimento della certificazione di tracciabilità consente all'azienda di applicare sul prodotto l'etichetta di tracciabilità e/o di indicare nella documentazione accompagnatoria una dichiarazione di tracciabilità.

Le informazioni obbligatorie da apporre sull'etichetta o sulla dichiarazione sono identiche a quelle individuate dal disegno di legge in esame a dimostrazione che sul modello elaborato dal sistema camerale c'è sempre stata ampia convergenza di contenuti.

Sulla base dell'esperienza in corso, Unioncamere ritiene che la tracciabilità volontaria debba essere sostenuta attraverso:

- l'individuazione di fattori di premialità per le aziende che investono in trasparenza;
- la realizzazione di campagne di sensibilizzazione del consumatore finale in stretta collaborazione con le Associazioni nazionali e con i Ministeri competenti, riconoscendo alla tracciabilità nel sistema moda la stessa importanza che essa ha rivestito in passato per il sistema agroalimentare.

Progetto vigilanza

Nel gennaio 2010 è entrato in vigore il Regolamento Comunitario 765/2008 che pone norme in materia di accreditamento e vigilanza del mercato e dispone che gli Stati membri adottino programmi di vigilanza su scala adeguata e comunichino tali programmi agli altri Stati Membri ed alla Commissione.

A tal fine, Unioncamere ed il Ministero dello Sviluppo Economico stanno realizzando un progetto e per questo hanno stanziato risorse per il rafforzamento dell'attività di vigilanza e controllo del mercato di competenza delle Camere di commercio ivi compresi i controlli sui settori del tessile, abbigliamento e calzature.

Il potenziamento della vigilanza e del controllo del mercato che verrà attuato porterà alla realizzazione di 5.330 ispezioni entro prossimi 30 mesi, nel corso delle quali verranno controllati almeno 30mila prodotti e verranno effettuate 2.000 prove di laboratorio su campioni di prodotti. In particolare il piano dei controlli prevede la realizzazione di 1.600 ispezioni nei settori del sistema moda, con una stima di 16.000 prodotti ispezionati e 1.000 sottoposti ad esami in laboratorio.

Su questo fronte, molto lavoro è stato già svolto soprattutto sul tema della formazione del personale delle CCIAA e dell'informazione delle imprese con particolare riferimento alla normativa nazionale e comunitaria per l'etichettatura dei prodotti.

Obiettivo di Unioncamere è quello di intensificare l'attività di vigilanza sull'etichettatura dei prodotti tessili attraverso controlli di natura visiva, formale e documentale e con analisi di laboratorio, anche attraverso una maggiore collaborazione con il Ministero competente ed un aumento delle risorse destinate al tal fine.

CONSIDERAZIONI IN MERITO AI PROVVEDIMENTI IN ESAME

L'impatto dei disegni di legge in esame sulla legislazione vigente a livello europeo

In primo luogo occorre distinguere tra i disegni di legge Reguzzoni (1930) e Butti (1801), che prevedono norme disciplinanti l'etichettatura dei prodotti e la denominazione *made in Italy*, i disegni di legge Stiffoni (299) e Sangalli (731), che istituiscono marchi riconducibili al *100% made in Italy*, e il disegno di legge Bonfrisco e Casoli (1308), recante misure per l'adozione di un sistema di tracciabilità volontario per le imprese di filiera.

Disegni di legge A.S. 1930 e A.S. 1801

Relativamente a tali disegni di legge, pur condividendo - come già sottolineato - l'obiettivo di realizzare una maggiore trasparenza sull'origine delle merci, si ritiene che possano presentare alcuni elementi di criticità rispetto alla legislazione europea.

I disegni di legge in esame prevedono che i prodotti dei settori tessile, della pelletteria e calzaturiero, per essere commercializzati nel nostro Paese, debbano recare una etichetta che assicuri la tracciabilità dei prodotti stessi e fornisca altre informazioni circa il rispetto delle normative in materia di lavoro, di sicurezza ed ambientale.

Tali disposizioni sembrerebbero doversi applicare anche a quei prodotti provenienti da altro Stato membro dell'Unione Europea (in cui sono stati legalmente fabbricati e posti in vendita).

Per questo, si ritiene che le disposizioni potrebbero essere contraddittorie con il principio della libera circolazione delle merci nel mercato unico europeo.

Per altro verso, le norme comunitarie in materia di origine delle merci pongono quale condizione sufficiente per l'individuazione del Paese di origine l'effettuazione dell'ultima trasformazione o lavorazione sostanziale, mentre i disegni di legge in parola riservano l'indicazione *Made in Italy* a quei prodotti per i quali le fasi di lavorazione abbiano avuto luogo prevalentemente nel nostro Paese nazionale e in particolare se almeno due delle fasi di lavorazione siano state eseguite nel territorio nazionale.

Questi elementi di criticità potrebbero essere agevolmente verificati e risolti investendo della questione, attraverso la notifica, l'Unione europea prima della approvazione definitiva dei provvedimenti.

Disegni di legge A.S. 299 e A.S. 731

Tali disegni di legge prevedono, rispettivamente, l'istituzione del marchio "Totally in Italy" (A.S. 299) e "100% made in Italy" (A.S. 731).

A tal proposito si desidera evidenziare che vi è già una normativa europea e nazionale che regolamentano i marchi collettivi. Queste norme, pur consentendo la registrazione di un marchio in capo allo Stato, fanno riferimento a ben individuati prodotti riconducibili a specifici ambiti territoriali.

La Corte di Giustizia delle Comunità Europee ha più volte ribadito, in materia di marchi di qualità geografici registrati da ultimo per iniziativa di alcune Regioni italiane, l'incompatibilità con il mercato unico e la libera circolazione delle merci di strumenti che tentino di ingenerare nei consumatori europei una presunzione di qualità legata alla localizzazione nel territorio nazionale di tutto o di parte del processo produttivo.

Dall'esperienza fin qui maturata dalle Camere di commercio in materia di tracciabilità e di marchi collettivi geografici emerge che un sistema di tracciabilità può sprigionare meglio i suoi effetti, di qualificazione per le imprese e di tutela per i consumatori, se applicato volontariamente.

La previsione dell'obbligatorietà della tracciabilità, pur raggiungendo l'obiettivo di sollecitare fortemente l'Unione europea ad affrontare il tema della trasparenza sull'origine delle merci, porterebbe ad un aggravio dei costi di gestione del nostro sistema imprenditoriale avvantaggiando ulteriormente i nostri competitors.

Per altro verso, la tracciabilità raccontando le fasi di lavorazione e le caratteristiche qualitative del prodotto, rende immediatamente evidenti e percepibili dai consumatori la sua origine, la sua qualità, le sue performance, senza far ricorso a marchi di "nazionalità" che potrebbero creare problemi di compatibilità con le norme comunitarie.

Disegno di legge A.S. 1308

Tale disegno di legge, disciplinando esclusivamente l'adozione di un sistema di tracciabilità di filiera, peraltro su base volontaria, non sembra presentare aspetti di problematicità connessi alla sua compatibilità con il diritto comunitario.

La compatibilità delle norme in esame con la vigente normativa interna a tutela del Made In Italy

Nel nostro Paese si è intervenuti in materia con la legge 99/2009 e poi con il successivo decreto-legge n. 135/2009, convertito nella legge 20 novembre 2009, n. 166. Tali disposizioni introducono un limite all'utilizzo di indicazioni di vendita che richiamano l'origine italiana del prodotto e contestualmente chiarisce cosa si intende per prodotto realizzato completamente in Italia.

Il decreto-legge n.135/09 prevede anche procedure e modalità per garantire una maggiore trasparenza per il consumatore, introducendo una serie di adempimenti a carico dei produttori nella fase di commercializzazione per rendere maggiormente evidente l'origine della merce.

I disegni di legge in discussione affrontano invece il tema dell'etichettatura dei prodotti per tutte le fasi di lavorazione, dei marchi quali "100% made in Italy" e della tracciabilità, anche obbligatoria.

Le proposte di legge intervengono dunque in ambiti diversi da quelli disciplinati dalla normativa italiana vigente e pertanto, con riferimento alla compatibilità tra quest'ultima e le norme in esame non si intravedono possibili aspetti confliggenti.

L'esclusione dei settori produttivi diversi dal tessile, dalla pelletteria e dal calzaturiero

Per quanto riguarda la valutazione circa la possibilità di estendere un sistema di tracciabilità anche ad altri prodotti e settori merceologici, si ritiene che sia un percorso praticabile. Tuttavia, potrebbe essere utile una prima sperimentazione sul sistema moda per poi estenderlo anche ad altri settori.

A tal proposito si sottolinea che il sistema camerale ha avviato un progetto condiviso da tutte le Camere di commercio italiane per estendere il proprio modello di tracciabilità volontario dei prodotti, già elaborato e sperimentato nei settori del tessile e dell'abbigliamento, della pelletteria e calzaturiero, a tutte le filiere manifatturiere tipiche del *made in Italy*, quali la gioielleria, l'artigianato tradizionale, l'arredamento, etc.

L'eventuale applicazione del marchio "100% Made in Italy"

L'utilizzo di marchi collettivi per singoli e specifici prodotti e con un'estensione territoriale ridotta, come anche confermato in più occasioni dalla giurisprudenza comunitaria, sembrerebbe in linea con il quadro normativo europeo.

La proposta di istituire un marchio *made in Italy*, invece, si configura, *in buona sostanza*, come la registrazione da parte dello Stato di un marchio collettivo con una estensione geografica di livello nazionale. Un marchio, peraltro, che verrebbe esteso a diversi prodotti e settori del *made in Italy*.

La questione peraltro sarebbe ulteriormente complicata se si intervenisse in materia attraverso una specifica legge nazionale senza avvalersi della normativa sui marchi collettivi già esistente a livello tanto comunitario che nazionale.

Si sottolinea infine che la vigente normativa nazionale già fornisce una disciplina per quelle imprese che, singolarmente o in forme associate, vogliono apporre sui propri prodotti l'indicazione *100% made in Italy* o similari. Tale norma si limita a fornire specifiche prescrizioni circa i requisiti necessari per l'utilizzo di siffatte indicazioni e lascia alla libertà imprenditoriale la decisione circa l'effettivo loro uso.

Il tema dei controlli

Su questo tema, in alcuni dei provvedimenti in esame viene affidato alle Camere di commercio un ruolo di vigilanza e controllo sulla applicazione delle norme.

Come già detto, le Camere svolgono attività di controllo sulla composizione merceologica e la etichettatura dei prodotti nel settore tessile. Da una indagine svolta qualche anno fa dalla nostra Associazione "ITF" su cinque città europee (Amsterdam, Barcellona, Francoforte, Parigi e Stoccolma) è emerso come il 40% dei campioni non riportasse alcuna dichiarazione d'origine, il 57% non fosse conforme alla composizione merceologica dichiarate, e circa il 10% dei campioni presentasse persino la presenza di elementi cancerogeni. Dati, peraltro confermati per il nostro Paese, dove il 58,5% dei campioni immessi sul mercato risulta senza indicazione di origine.

Il sistema delle Camere di commercio, anche attraverso la rete dei laboratori chimico-merceologici può dunque efficacemente tutelare gli interessi sia dei consumatori che

delle imprese, mettendo a disposizione il proprio *know how* per garantire il rispetto delle regole e la trasparenza del mercato.

Il consumatore, infatti, deve essere tutelato in tutte le fasi che accompagnano l'atto del consumo e ha diritto ad una corretta e completa informazione sulle caratteristiche e il contenuto del prodotto, che deve esser stato realizzato nel rispetto delle norme relative alla sicurezza ed alla salute.

Anche le imprese devono pertanto puntare sulla trasparenza per rendere consapevole il consumatore di ciò che compra. In questo modo, si consente di far evolvere il sistema paese verso segmenti di mercato più alti dove la sfida da raccogliere è legata alla qualità e non ai costi di produzione.

Per questi motivi, si ritiene importante consentire alle Camere di commercio di continuare ad assicurare il proprio impegno garantendo un articolato sistema di controlli in particolare sui settori del sistema moda sia per garantire la corretta apposizione dell'etichettatura che sul fronte della composizione dei prodotti.

Si tratta di attività che richiedono un forte impegno in termini di risorse finanziarie ed umane: sarebbe dunque utile dare la possibilità al sistema camerale di poter investire su tali attività non solo con risorse finanziarie, come sta avvenendo attraverso il Progetto vigilanza insieme al Ministero dello Sviluppo Economico, ma soprattutto sbloccando la possibilità per queste specifiche attività così strategiche per il nostro Paese e per i consumatori, di assumere personale qualificato.