

Commercio estero. Il ministro Pierluigi Bersani ha guidato una delegazione all'Europarlamento

# Strasburgo preme sul «made in»

## «Indicare l'origine extra Ue è una misura di trasparenza»

**Adriana Cerretelli**

STRASBURGO. Dal nostro inviato

«Non è un'iniziativa protezionistica e tanto meno vetero-global. È invece un modo di cavalcare il futuro nel mondo globale dando più informazioni e trasparenza ai consumatori, stimolando le politiche di marchio aziendale a misurarsi con la globalizzazione e i poteri pubblici in Italia e in Europa a favorire innovazione e qualità»: parola di Pierluigi Bersani.

Sul "made in" l'Italia torna alla carica e questa volta lo fa ripartendo da Strasburgo, dove ieri è sbarcato anche il ministro dello Sviluppo economico insieme a Luca Mantellassi, presidente dell'Itf (Italian Textile Fashion). Obiettivo: strappare all'Europarlamento una dichiarazione scritta di sostegno come arma di pressione politica sul Consiglio dei ministri, nella

speranza di ottenere entro l'anno il via libera all'adozione del regolamento europeo, proposto nel dicembre 2005.

La nuova legislazione dovrebbe tutelare, con l'introduzione del marchio obbligatorio per i prodotti importati nell'Unione, sette settori: tessile-abbigliamento, calzature, gioielleria, arredamento, pelli, cuoio e pellicceria, ceramiche e spazzole. Ma sull'opportunità di adottarla o meno, l'Europa resta spaccata: 10 paesi, tra cui l'Italia con Francia, Spagna, Portogallo, Grecia e Polonia, sono a

### STALLO A BRUXELLES

La Commissione europea non ha mai esaminato la proposta di regolamento elaborata da alcuni Paesi nel dicembre 2005

favore. La maggioranza (14 paesi) è contraria con calibri quali Germania, Gran Bretagna, Belgio, Svezia, Olanda e Danimarca. Bulgaria, Romania e Malta non hanno ancora deciso da che parte stare.

Per far passare la proposta, presentata dalla Commissione Ue quasi 2 anni fa, ci vuole la maggioranza qualificata. Che per ora non c'è. Per questo l'Italia tenta di far leva anche sull'Europarlamento che si è già espresso positivamente sul testo. Di qui l'idea della raccolta delle firme degli eurodeputati da apporre in calce a una dichiarazione scritta in cui si ribadisce «il diritto dei consumatori europei a un accesso immediato alle informazioni sui prodotti che acquistano», l'«inaccettabilità delle false indicazioni circa la loro origine», la necessità di «introdurre l'indicazione ob-

bligatorio del paese d'origine di alcuni prodotti importati da paesi terzi» e infine l'«invito agli Stati membri ad adottare senza indugio tale proposta nell'interesse dei consumatori, dell'industria e della competitività dell'Unione europea».

Nel giro di poco più di 24 ore, ha sottolineato ieri Antonio Tajani (Fi), sulla dichiarazione sono già state apposte 136 firme. Ce ne vorranno quasi il triplo per dare rilevanza politica all'iniziativa parlamentare. Missione impossibile? Mantellassi è convinto di no. Perché, spiega, sull'opposizione in Europa al "made in" «oltre alla difesa di interessi corporativi c'è anche tanta ignoranza e disinformazione». In altre parole, dice, non è vero che il marchio obbligatorio comporterebbe un aggravio di oneri burocratici e di costi. Al contrario rappresen-

trebbe una tutela per i consumatori. Del resto, aggiunge, «non si capisce perché il made in esista negli Stati Uniti, in Giappone e in Cina e non in Europa».

La verità è che gli interessi in Europa non coincidono: i grandi distributori del Nord sono interessati a commerciare guardando al prezzo basso molto più che all'origine dei prodotti importati. L'industria manifatturiera, più concentrata a Sud, ha preoccupazioni opposte: pretende la carta di identità dei propri prodotti, la loro tracciabilità per non far perdere, come ha sottolineato ieri Bersani, colore, gusto e qualità alla propria produzione nel mare magnum della globalizzazione. Anche se il ricorso alle delocalizzazioni produttive per abbassarne i costi rende questo secondo fronte meno compatto di quanto potrebbe essere.