

I distretti della moda «Una carta d'identità per tutta la filiera dell'abbigliamento»

■ ■ ■ Un'unica voce sembra alzarsi in questi giorni dagli imprenditori riuniti negli spazi di MilanoUnica e grida una necessità: certificare la provenienza dei prodotti moda.

«Già due anni fa – ricorda Paolo Zegna, presidente di Sistema Moda Italia – abbiamo sollecitato alle istituzioni la ratificazione di un regolamento per certificare la provenienza delle merci immesse sul mercato della moda. In sede europea ci sono state e continuano a essere esercitate forti pressioni perché questa legge non venga ratificata e intanto nascono solo iniziative dalle singole associazioni». Ultimo, solo in ordine di tempo perché è stato lanciato ieri nel corso di una conferenza stampa, è il sistema di tracciabilità volontario per la filiera moda elaborato da Itf - Italian Textile Fashion (organismo delle camere di commercio dei più importanti distretti manifatturieri della moda).

Il progetto è nato per rispondere alle esigenze manifestate dalle imprese della filiera moda di qualificare la propria produzione, rendendo il luogo di origine della lavorazione un elemento di distinzione e di valorizzazione. Allo stesso tempo questo sistema risponde anche alla necessità di fornire al consumatore una vera e propria "carta d'identità" del prodotto che sta acquistando.

Il sistema di tracciabilità, garantito dal sistema camerale, è rivolto all'intero comparto moda (tessile-abbigliamento, calzature e pelletteria) e le imprese aderenti potranno accompagnare i propri prodotti con un'etichetta o un certificato attestante la veridicità di quanto dichiarato. «Smi - continua Zegna - è stato tra i primi ispiratori di questa iniziativa e stiamo lavorando perché queste iniziative abbiano un riconoscimento istituzionale. Per raggiungere questo obiettivo abbiamo costruito nuove alleanze, coinvolgendo anche la grande distribuzione (Zara, Harvey Nichols, Peek&Cloppenburg) e, insieme a essa, sensibilizzare i milioni di consumatori finali europei, per superare l'ultimo ostacolo rappresentato dal Consiglio d'Europa».

Ribadisce Luca Mantellassi, presidente di Itf: «Con questo progetto, che abbiamo condiviso con le organizzazioni di settore e con le associazioni artigiane, vogliamo dare risposta all'esigenza di tutelare il consumatore nelle scelte di acquisto attraverso la tracciabilità dei capi. Il cliente ha bisogno di certezze su cosa sta comprando, perché vuole fare una scelta consapevole, anche per tutelare la propria salute».

A.IAN.