

Il sistema di tracciabilità di Itf

➤ **Cosa significa tracciabilità?**

- La tracciabilità è un vero e proprio “passaporto” del prodotto che serve a fornire al consumatore l’indicazione del luogo dove è avvenuta la lavorazione delle fasi principali del prodotto che sta acquistando. Il sistema di tracciabilità volontario per il sistema moda di ITF prevede che le informazioni relative all’origine delle lavorazioni siano riportate in etichetta insieme all’indicazione di un codice alfanumerico che permetterà al consumatore di ripercorrere la storia del prodotto che ha acquistato facendo una semplice verifica su internet nel sito di ITF www.itfashion.org.

➤ **Quali sono i settori moda oggetto del sistema di tracciabilità ITF?**

- Il tessile/abbigliamento, le calzature, la pelletteria, e la pellicceria.
Per il tessile/abbigliamento le fasi sono: filatura; tessitura; nobilitazione e confezionamento.
Per le calzature: la conciatura; la lavorazione della tomaia; la lavorazione della suola; l’assemblaggio e la rifinitura
Per la pelletteria: la conciatura; il taglio; la preparazione; l’assemblaggio e la rifinitura.
Per la pellicceria: la conciatura; il taglio; l’assemblaggio e il confezionamento.

➤ **Quali sono i requisiti per ottenere la certificazione?**

Si tratta fondamentalmente di quattro requisiti:

1. disporre di un sistema organizzativo e documentale tale da dimostrare il luogo dove sono avvenute le lavorazioni;
2. realizzare tutte le sottofasi di ciascuna fase di lavorazione, ad eccezione della filatura, in uno stesso paese;
3. utilizzare l’etichetta con le indicazioni obbligatorie previste;
4. assoggettarsi alle verifiche e superarle con esito positivo.

➤ **Che differenza c'è tra ITF e TF?**

- Itf – Italian Textile Fashion- è l'Associazione delle Camere di Commercio per la valorizzazione e la tutela della filiera moda mentre TF – Traceability & Fashion- è il marchio di Itf che sarà presente nelle etichette di Tracciabilità.

➤ **A chi si deve rivolgere l'azienda per avere informazioni sul sistema di tracciabilità di Itf?**

- Direttamente a Itf;
- alle locali Camere di Commercio;
- alle locali Associazioni di categoria.

➤ **Cosa deve fare l'azienda per aderire?**

- Richiedere a Itf copia del contratto di adesione;
- restituire a Itf copia del contratto sottoscritto dal legale rappresentante dell'impresa.

➤ **Quanto costa?**

- Il costo varia a seconda del numero delle linee di produzione, del numero degli stabilimenti produttivi e dal numero di fornitori da sottoporre a controllo. Si tratta in ogni caso di una cifra molto contenuta (circa 400 euro + IVA/anno per ciascuna ispezione), che anche le imprese di piccole dimensioni possono sostenere senza problemi.
- L'adesione al sistema è condizionata all'esito positivo di una visita ispettiva.
- Il pagamento è dovuto anche in caso di esito negativo della verifica.

➤ **Può un'azienda aderire al sistema, se i suoi fornitori non lo sono?**

- E' indispensabile, trattandosi di un sistema che traccia la filiera, che aderiscano al sistema anche i fornitori a monte.

➤ **Possono aderire le imprese che hanno delocalizzato?**

- Sì, purché tutte le sottofasi di una delle fasi previste dal modello, ad eccezione della filatura, siano realizzate nello stesso Paese.

➤ **Il sistema è rivolto solo alle imprese italiane?**

- Possono aderire tutte le imprese iscritte alle Camere di Commercio e che quindi hanno la loro sede legale in Italia.

➤ **Che vantaggio ha l'impresa?**

- Aderendo al sistema, le imprese possono qualificare il proprio prodotto differenziandolo da quello convenzionale.

➤ **A chi sono affidati i controlli?**

- A strutture del sistema camerale che hanno stipulato apposito accordo con Itf. L'esito della verifica viene inviato al Comitato di certificazione istituito da Itf a garanzia dell'indipendenza e terzietà del sistema. Fanno parte del Comitato di Certificazione, rappresentanti delle Associazioni di categoria del settore, sindacati, Associazione dei consumatori.

➤ **In caso di inosservanza di quanto previsto dal sistema, a cosa va incontro l'impresa?**

- Sono previste sia delle sanzioni di carattere "morale", cioè l'ammonizione, la sospensione e la revoca della certificazione, sia, nei casi più gravi, sanzioni pecuniarie. A queste ultime, inoltre, può aggiungersi l'obbligo di far pubblicare su un quotidiano o una rivista specializzata, l'estratto del provvedimento disciplinare (a discrezione del Comitato di Certificazione).

➤ **Che tipo di investimenti prevedete per la diffusione del sistema?**

- L'intero 2008 è stato dedicato alla diffusione del modello tra le imprese. A tal fine, Itf ha già realizzato numerosi incontri con le Camere di Commercio e le Associazioni di categoria di diversi territori per consentire la conoscenza del sistema da parte delle imprese. Inoltre, circa 200 imprese, selezionate con le Camere di Commercio e le Associazioni di categoria, hanno già avuto la possibilità di far verificare da personale di Itf, gratuitamente, se sussistono le condizioni per aderire al sistema; di queste, 47 sono state già certificate.
- Per il 2009 proseguirà l'impegno di diffusione del modello presso le imprese.

➤ **E per il consumatore?**

- E' nel programma di Itf una campagna per informare i consumatori sul sistema.
- Va comunque sottolineato che Itf è un' Associazione di enti pubblici che ha tra i propri compiti istituzionali la creazione di strumenti che possano sostenere le imprese nel loro agire quotidiano, creando le condizioni per poter operare al meglio. Questa iniziativa va in questa direzione ma è del tutto evidente che il suo successo dipenderà, in misura determinante, dal coinvolgimento e dal sostegno delle imprese stesse e delle loro Associazioni.

➤ **Il sistema di tracciabilità è uno strumento di difesa del "Made in Italy"?**

- No, è uno strumento di trasparenza nei confronti del consumatore teso a consentirgli di fare acquisti consapevoli. Solo indirettamente, quindi, può essere interpretato come strumento di tutela delle nostre produzioni.

➤ **Come si configura rispetto ad altre iniziative simili?**

- Il nostro modello è indipendente rispetto ad altre iniziative simili ed ha il plus di essere garantito dal sistema camerale. Ciò non toglie che possano essere verificate eventuali compatibilità con analoghe iniziative.

➤ **Se dovesse essere approvato il "Made in" in Europa, la tracciabilità sarebbe superata o addirittura potrebbe essere in contrasto?**

- Assolutamente no! Il "Made in", infatti, è basato sulle regole di origine di carattere doganale (ultima lavorazione sostanziale) mentre il sistema di tracciabilità vuole tracciare tutta la filiera e dare al consumatore informazioni aggiuntive di dove sia stata svolta ciascuna fase di lavorazione. Si tratta certamente di un'informazione più approfondita e articolata.

➤ **Perché una campagna di comunicazione?**

La campagna di comunicazione è stata ideata per diffondere, tra imprese e consumatori, la conoscenza di "TF – Traceability and Fashion", il sistema

volontario di tracciabilità per il settore tessile/abbigliamento e per quello calzaturiero, realizzato da ITF.

Dare un'immagine al nostro progetto era una condizione indispensabile per rendere il sistema riconosciuto e riconoscibile e con questa campagna di comunicazione siamo certi di aver raggiunto l'obiettivo poiché ben sintetizza il valore intrinseco che la tracciabilità conferisce al prodotto.

La semplice domanda "where are you from?" riferita ad un prodotto non ha, nella risposta, alcuna implicazione qualitativa, così come non ne ha il nostro sistema di tracciabilità. E', infatti, lasciato all'interlocutore/consumatore giudicare, alla luce delle proprie opinioni, l'informazione fornitagli.

Per noi era ed è fondamentale fornire una informazione chiara, corretta, trasparente, così da permettere ai consumatori di effettuare scelte d'acquisto pienamente consapevoli.

La diffusione del progetto dipenderà certamente anche dalla bontà della campagna di comunicazione sulla quale Itf certamente investirà ma, soprattutto, da quanto le imprese riterranno che il sistema risponda, come noi crediamo, ad una loro reale esigenza e ad una necessità avvertita da parte dei consumatori.