

Etichettatura:

La strada per porre un freno ai prodotti realizzati chissà dove, ma spacciati per nostrani, è l'etichetta obbligatoria. Va imposta la tracciabilità dell'articolo che, per fregiarsi del marchio *made in Italy*, dovrà documentare di essere stato davvero lavorato da noi, almeno nelle fasi principali. E se anche un solo passaggio avviene in un altro Paese, l'etichetta dovrà riportarlo.

Esattamente quanto prevede il disegno di legge del vicepresidente dei deputati della Lega Nord Marco Reguzzoni riferito a tessile, calzature, abbigliamento, arredo casa e pelletteria, che coinvolge oltre un milione di operatori del settore. Una ditta non può essere obbligata a non produrre all'estero; il consumatore deve però saperlo.

La battaglia per la tracciabilità, che il Carroccio sta conducendo in Parlamento insieme a quella contro la delocalizzazione selvaggia delle aziende, è particolarmente importante in campo alimentare. Oggi si tratta infatti pure di una lotta a difesa della salute.

Un esempio: dopo *mucca pazzo* il sistema agricolo ha dotato la carne bovina di un sistema di tracciabilità, per cui adesso il consumatore conosce la storia completa del prodotto che porta a casa. Ciò ha favorito il mercato, lo ha reso trasparente, ha avvicinato il produttore al consumatore e riesce perfino a tutelare il prezzo al consumo. Perché questo non si può fare per il latte o la carne di maiale?

Da noi si consumano 50 milioni di cosce di maiale l'anno, genericamente trasformate in prosciutti. Il prodotto *firmato* è più o meno di 13 milioni di pezzi; il resto proviene dall'estero. Senza storia, senza riconoscibilità, senza identità. Non per questo necessariamente cattivo, anche se mai paragonabile alla nostra eccellenza. Ma perché si deve negare al consumatore il diritto di conoscere la storia di quel prodotto? Lo stesso dicasi per il latte. L'Italia produce 8 milioni di tonnellate di latte e ne importa 11. Perché il consumatore non deve sapere da dove viene il latte che compra al supermercato?

Stop ai prodotti realizzati chissà dove e spacciati per nostrani. Difendiamo i consumatori e il nostro lavoro.

Elaborazione dello studio grafico e impaginazione CLAUDIO ROMANZIN - Stampa BONIARDI GRAFICHE srl via Gian Battista Vico, 40 Milano
Facciamo circolare le idee - La riproduzione del presente opuscolo è libera, non c'è necessità di chiedere particolari autorizzazioni all'Editore

Lega Nord

flash

Direttore responsabile MARIO PITTONI

N. 73 - Febbraio 2010 - Foglio d'informazione politica - Scaricabile dal sito www.leganord.org
Registraz. Trib. Udine n. 31 del 21/11/1995 - Responsabile politico Sen. ROBERTO CALDEROLI



Tuteliamo la qualità

Si produca in Padania

Posti persi e clienti gabbati

I nostri prodotti piacciono. Tanto che nella Penisola un'azienda su due vede le sue produzioni imitate in modo illecito (con un danno di 50 miliardi di euro l'anno). All'estero tre prodotti *italiani* su quattro sono falsi. Ma pure quando sono imprese italiane a gestire le lavorazioni, spesso queste vengono realizzate fuori, lasciando dubbi sulla qualità... e i nostri lavoratori a casa.

L'internazionalizzazione (per conquistare nuovi mercati) non va confusa con la delocalizzazione (chiudere bottega da noi per produrre all'estero), devastante per il territorio. La forza delle nostre aziende sono qualità e innovazione. Lo conferma un recente studio del Centro Findustria dell'Università Bocconi di Milano.

E' in quest'ottica che vanno inquadrati gli interventi della Lega Nord per imporre l'etichettatura dei prodotti. L'indicazione del Paese di reale produzione è fondamentale per scoraggiare la tentazione di delocalizzare.

Contraffattori

Le nostre imprese investono in innovazione oltre 7,5 miliardi di euro l'anno, attraverso la registrazione di invenzioni, marchi e brevetti. Un patrimonio di idee a rischio di imitazioni illecite. Tant'è che complessivamente contraffazioni, copie pirata e prodotti taroccati costano annualmente alle aziende italiane quasi 50 miliardi di euro, in media circa 16 mila a impresa.

Un danno economico che tocca, direttamente o indirettamente, la metà delle imprese, ripercuotendosi soprattutto in Lombardia, dove gli imprenditori perdono ogni dodici mesi a causa della contraffazione quasi 10 miliardi di euro. E' quanto emerge dall'indagine *Oltre il Made in Italy* condotta dall'Ufficio studi della Camera di commercio di Monza e Brianza.

Agropirateria che cresce

Un miliardo e 100 milioni l'anno, 3 milioni di euro al giorno. A tanto ammonta il fatturato dell'agropirateria e della contraffazione alimentare, secondo i calcoli della Confederazione italiana agricoltori riferiti al 2008. La Cia segnala un forte aumento dei casi di sequestro di prodotti Dop e Igp contraffatti o falsificati, effettuati alle dogane dei Paesi dell'Unione europea. Importazioni taroccate come formaggi, vini, mele, salumi provenienti dai Paesi più disparati: Cina, Brasile, Australia, Sudafrica, Argentina, Canada.

Negli Stati Uniti il giro d'affari relativo alle imitazioni dei formaggi italiani supera abbondantemente i 2 miliardi di dollari. E il danno, purtroppo, è destinato a crescere, visto che a livello mondiale ancora non esiste una vera difesa dei nostri Dop, Igp e Stg, che comprendono formaggi, oli d'oliva, salumi, prosciutti e ortofruttili.

Lista nera degli scorretti..

Tolleranza zero contro i criminali dell'agroalimentare. Luca Zaia, ministro delle Politiche agricole, e il suo omologo cinese Han Changfu hanno firmato un protocollo che rafforza la collaborazione fra Italia e Cina per una

maggior tutela dei prodotti *made in Italy* e della salute dei consumatori.

«Abbiamo proposto - spiega il ministro Zaia - una lista nera delle imprese che operano scorrettamente. Noi segnaleremo i nomi delle imprese cinesi che fanno concorrenza sleale, ma chiediamo anche al Governo cinese se ci sono nostre aziende in Cina che commettono inganni alimentari».

...e il nuovo fronte interno

Il salvataggio delle piccole e medie imprese nazionali passa pure per operazioni come il tavolo tecnico permanente anticontraffazione, appena varato a Prato dal ministro dell'Interno Roberto Maroni.

La città toscana, simbolo del nostro tessile nel mondo, è l'esempio dei disastri che può produrre il *buonismo*, cioè la tolleranza dell'illegalità. Qui negli ultimi tempi i cinesi l'hanno fatta da padroni, spesso sfruttando clandestini pagati una miseria e appoggiandosi per le stoffe a grossisti loro connazionali che acquistano nel loro Paese.

Aziende di livello

L'Italia occupa il 48° posto nella classifica mondiale della competitività del *Global Competitiveness Report 2009-2010*. E' tuttavia ben posizionata in alcuni settori complessi: 20° nella *business sophistication* (la capacità espressa dal sistema delle imprese), 14° nell'utilizzo di processi produttivi all'avanguardia e addirittura 3° nei distretti industriali.

Qualità prima del prezzo

Puntare su qualità e innovazione, allontanandosi da una competizione basata soltanto sul prezzo. E' la strada indicata dal recente studio del Centro Findustria dell'Università Bocconi di Milano, sviluppato in collaborazione con Centromarca e Fondazione Illy.

La ricerca evidenzia che l'orientamento alla qualità è rilevante per il proprio vantaggio competitivo per il 90% delle imprese, mentre il 45% considera un punto fondamentale l'innovazione.