

NUMERO 4/5 - ANNO 4 - APRILE/MAGGIO 2016

# INTIMORETAIL

LINGERIE & BEACHWEAR NEWS



OROBLÙ

LA PROPOSTA DI LEGGE SUL **MADE IN ITALY** PIACE ALL'INDUSTRIA  
FOCUS SULLE COLLEZIONI **HOMEWEAR** A/I 2016-17

**REGGISENI:** FIDELIZZARE I NUOVI TARGET PER CRESCERE

INCHIESTA

# MADE IN ITALY: SI VA VERSO LA TRACCIABILITÀ

*I produttori di intimo, mare e calzetteria italiani hanno accolto con soddisfazione il provvedimento approvato dalla Camera lo scorso marzo. La proposta prevede l'utilizzo di etichette che, tramite QR Code, permettono di risalire all'intero processo produttivo dei capi.*

di Nunzia Capriglione

Lo scorso 30 marzo, la lotta alla contraffazione e la tutela del Made in Italy hanno compiuto un importante passo avanti.

La Camera dei deputati, infatti, ha approvato un provvedimento per l'introduzione di un sistema volontario di tracciabilità dei prodotti. Il sistema proposto dal Ddl "Disposizioni per l'introduzione di un sistema di tracciabilità dei prodotti finalizzato alla tutela del consumatore" si basa sull'uso di codici non replicabili che contengono i dati relativi sia al produttore sia a ogni fase del processo di fabbricazione. Si tratta di una soluzione sviluppata nel segno della trasparenza. Il codice, infatti, permetterà di sapere dove e come è stato realizzato il prodotto, dove è stata acquistata la materia prima e chi ha realizzato l'articolo. Se il provvedimento sarà approvato anche al Senato, ogni prodotto Made in Italy potrà essere accompagnato da un'etichetta corredata di QR Code leggibile tramite smartphone. Il sistema di tracciabilità da un lato

## TRE DOMANDE ALLE AZIENDE

### 1. Come giudica il provvedimento sulla tracciabilità dei prodotti Made in Italy approvato dalla Camera?



• **Fabio Micheli, direttore generale Tex Zeta**

«Il provvedimento è un primo passo atteso da anni, forse da decenni, da tutte quelle aziende

che realizzano un prodotto di qualità reale. Sino ad oggi, è stata proprio l'assenza di normative a favorire i furti e a destabilizzare ogni sistema produttivo domestico. Per quel che riguarda Tex Zeta, tutte le fasi di produzione e confezionamento delle collezioni a marchio Ritratti Milano si svolgono integralmente in Italia. Per Imec gran parte delle fasi di lavorazioni si svolge internamente, mentre altri passaggi avvengono in altri stabilimenti situati Europa, nel rispetto dei più alti standard qualitativi».



• **Dario Casalini, amministratore delegato Oscalito**

«Il provvedimento è senza dubbio un passo importante per le eccellenze produttive

italiane, perché introduce standard più severi rispetto a quelli della normativa UE secondo la quale bastava anche solo realizzare l'ultima trasformazione o lavorazione sostanziale in un dato paese per certificare il "Made In" di un prodotto. Inoltre il Ddl si propone non solo di contrastare la contraffazione dei marchi, ma anche di regolamentare la certificazione della filiera nell'ottica di fornire al consumatore una serie di

informazioni utili a valutare la qualità del prodotto che sta acquistando».



• **Kirsi Nousiainen, responsabile marketing Omero**

«È un'ottima soluzione perché è importante comunicare al consumatore finale, nel modo più trasparente

possibile, il paese di provenienza dei prodotti che compra. Al momento dell'acquisto, ognuno deve essere informato da dove arriva l'articolo che sta comprando per poter scegliere liberamente come spendere i propri soldi».



• **Gregori Piazzalunga, titolare Kedua**

«Finalmente una proposta che tutela le aziende e i lavoratori italiani che producono solo Made in Italy 100% come Kedua».



• **Manolo Spagnoli, direttore commerciale Confezioni Manuela**

«La tracciabilità della filiera è sicuramente un primo passo importante verso la tutela dei nostri prodotti:

attraverso la garanzia del proprio percorso produttivo ogni azienda avrà la possibilità di difendersi dalla concorrenza sleale. La proposta di legge, infatti, ha il merito di valorizzare quelli che da sempre sono i punti di forza del settore manifatturiero italiano: ingegno, ricerca e competenza».

## INCHIESTA

### Tracciabilità: nessun vincolo per il venditore

*FederModa è riuscita a far eliminare dal testo del provvedimento il riferimento alla responsabilità penale del dettagliante nel caso in cui l'etichetta riporti false informazioni*

Nel corso della discussione alla Camera dei deputati in merito al provvedimento "Disposizioni per l'introduzione di un sistema di tracciabilità dei prodotti finalizzato alla tutela del consumatore", Federazione Moda Italia ha ottenuto un importante cambiamento al testo della proposta di legge. Grazie al sostegno di Francesca Stifano, responsabile dell'Osservatorio legislativo e delle relazioni istituzionali di Confcommercio, la Federazione è riuscita a far approvare un emendamento che ha eliminato la responsabilità penale degli operatori commerciali. Infatti, nel testo originario del provvedimento, l'art. 4 recitava: "Salvo che il fatto costituisca più grave reato, è punito ai sensi dell'articolo 517 del codice penale chiunque appone a prodotti destinati al commercio codici, di cui alla presente legge, che contengano riferimenti non corrispondenti al vero, ovvero pone in vendita o mette altrimenti in circolazione i medesimi prodotti". L'approvazione dell'emendamento ha permesso di eliminare la frase: "Ovvero pone in vendita o mette altrimenti in circolazione i medesimi prodotti". «È un risultato importante», afferma Renato Borghi, presidente di Federazione Moda Italia: «Perché ha stralciato un'evidente forzatura che avrebbe imposto ai rivenditori una sorta di responsabilità oggettiva, prescrivendo specifiche sanzioni a loro carico, nel caso di mancata veridicità delle indicazioni relative alla tracciabilità».

assicura ai consumatori un'informazione puntuale e trasparente, dall'altro consente alle imprese italiane di garantire la qualità dei loro prodotti e dei materiali utilizzati per la loro fabbricazione. Proprio per agevolare la diffusione, la normativa prevede anche un intervento

### 2. Pensa che il nuovo sistema di tracciabilità possa realmente tutelare il Made in Italy e i consumatori finali?



• **Fabio Micheli, Tex Zeta**  
«Penso di sì. È comunque importante tracciare una strada che finora non si è mai vista. In

questo modo si inizierà a fare un po' di chiarezza e molti marchi che professano senza scrupolo di produrre in Italia dovranno elaborare soluzioni alternative».



• **Dario Casalini, Oscalito**  
«In linea teorica dovrebbe essere così, ma molto dipenderà da come sarà scritto il regolamento

attuativo. Fermo restando il principio dell'unicità e non riproducibilità del codice identificativo della filiera (art. 2 Ddl 1454), spero infatti che il legislatore sappia valorizzare i sistemi di tracciabilità e gli enti di certificazione già presenti in Italia per iniziativa spontanea, come Italicheck che ha recentemente certificato l'autenticità della filiera di Oscalito. Infine, per consentire davvero al consumatore di poter fare una scelta informata e consapevole sarà essenziale che le aziende facciano la loro parte, dotandosi di tecnologie in grado di monitorare tutti i passaggi della filiera. Posso dire che in Oscalito abbiamo anticipato il legislatore e già da tre anni ogni nostro capo ha un'etichetta Rfid che permette di tracciare tutte le fasi di produzione cui è stato sottoposto».



• **Kirsi Nousiainen, Omero**  
«Penso di sì. Però è fondamentale che il sistema non diventi troppo macchinoso da gestire per le azien-

de produttrici che lo adottano. Questa soluzione non deve complicare l'attività di un'impresa, ma deve semplificare e rendere l'informazione più trasparente possibile per tutta la filiera fino al consumatore finale».



• **Gregori Piazzalunga, Kedua**  
«Certo, i consumatori finali potranno essere sicuri dell'origine dei prodotti e conoscere tutte le informazioni

relative alla produzione. Il Made in Italy è sinonimo di qualità in tutto il mondo e la sua falsificazione crea danni gravissimi all'economia italiana e alla sicurezza dei consumatori».



• **Manolo Spagnoli, Confezioni Manuela**  
«Con l'avvento dei nuovi media oggi il consumatore finale è molto più informato. La tracciabilità del

prodotto è un ulteriore strumento di informazione vera e corretta che pone il consumatore nella condizione di scegliere consapevolmente un prodotto non solo per il suo appeal dal punto di vista estetico, ma anche e soprattutto per la qualità del processo produttivo con cui è stato realizzato».

economico destinato soprattutto alle Piccole e medie Imprese (Pmi) per le quali l'introduzione dei nuovi metodi di etichettatura potrebbe rappresentare un investimento oneroso. I contributi sono destinati anche ai discreti produttivi, alle aggregazioni di imprese come i consorzi,

alle reti di impresa e alle start-up innovative. Secondo alcune indiscrezioni, potrebbe essere stanziata una cifra pari a circa 20 milioni di euro. L'impegno è quello di agevolare l'adesione volontaria dei produttori italiani a questo nuovo sistema in vista di una

## INCHIESTA

### 3. Quali sono a suo avviso i fenomeni che oggi danneggiano maggiormente il Made in Italy?



• **Fabio Micheli, Tex Zeta**

«Innanzitutto la mancanza di regole è il terreno preferito da chi vive borderline.

In questi anni ne abbiamo viste di tutti i colori: bandierine tricolori sprecate, utilizzo della dicitura Made in Italy anche quando in Italia si esegue solo un passaggio produttivo. Spero che questo provvedimento possa essere premiante per tutte le aziende che, come la mia, hanno rinunciato ai margini più alti per rimanere tra le mura del fatto bene. Il consumatore deve essere messo in condizione di scegliere un prodotto anche sulla base della sua carta di identità».



• **Dario Casalini, Oscarito**

«Penso che siano due i macro fenomeni che oggi danneggiano il Made in Italy. Innanzitutto la concorrenza sleale di alcuni marchi che oggi possono permettersi di effettuare gran parte della produzione all'estero e di aggiungere comunque sull'etichetta dei propri capi la dicitura "made in" o omettere del tutto l'indicazione della provenienza. D'altra parte, la scarsa valorizzazione e tutela della filiera sotto il profilo normativo europeo non

premia le aziende che, come la nostra, hanno una filiera interamente e autenticamente italiana. Questa proposta di legge potenzialmente potrebbe contrastare questi fenomeni e dare un nuovo impulso al vero Made in Italy, fornendo uno strumento di tutela della concorrenza, principio fondante il mercato unico europeo, a tutto vantaggio dei consumatori finali. Noi ovviamente ci spertamo».



• **Kirsi Nousiainen, Omero**

«Nel settore della calzetteria sono diverse le anomalie che danneggiano il vero Made in Italy. Innanzitutto la dicitura "Styled in Italy" che spesso si riferisce ad articoli realizzati in paesi diversi dal nostro. Un'altra anomalia è l'indicazione evidente sul fronte del pack del prodotto del nome della città in cui ha sede l'azienda o del marchio, entrambi italiani. Al contrario, il paese di produzione è scritto sul retro in caratteri piccolissimi, al punto da essere quasi invisibile perché si tratta di una nazione diversa dall'Italia. Questi escamotage danneggiano il mercato e creano confusione tra i consumatori che non hanno gli strumenti per distinguere il livello qualitativo dei diversi articoli proposti. Infine, vale la pena citare il fenomeno dell'italian sounding, cioè l'uso improprio da parte di aziende straniere di nomi italianizzati:

una scorciatoia volta palesemente a ingannare il consumatore straniero, che spesso non riesce poi a distinguere il vero prodotto italiano da quello che è una sua imitazione».



• **Gregori Piazzalunga, Kedua**

«Ciò che danneggia maggiormente il Made in Italy sono i prodotti di importazione marcati dolosamente come prodotti italiani. Questi stessi articoli a volte si rivelano anche dannosi per la salute delle persone poiché sono realizzati senza rispettare le normative vigenti. Penso all'utilizzo di coloranti cancerogeni o agli accessori con un'elevata percentuale di nichel».

«Al fenomeno della contraffazione si devono aggiungere le normative europee non sempre in linea con le esigenze dei produttori italiani. L'obbligo di indicare il "made in" sui prodotti deve essere riconosciuto, così come in altri paesi extraeuropei, per difendere e valorizzare il patrimonio manifatturiero italiano nel mondo».



• **Manolo Spagnesi, Confezioni Manuela**

«Al fenomeno della contraffazione si devono aggiungere le normative europee non sempre in linea con le esigenze dei produttori italiani. L'obbligo di indicare il "made in" sui prodotti deve essere riconosciuto, così come in altri paesi extraeuropei, per difendere e valorizzare il patrimonio manifatturiero italiano nel mondo».

lotta ancora più forte alla contraffazione che ogni anno all'Italia costa 5 miliardi di euro. Se si guarda al mercato della moda, la vendita di prodotti falsi fa perdere al comparto circa 2,5 miliardi di euro. Ma non è soltanto questa la ragione per cui anche diversi produttori italiani di intimo, costumi da bagno e calzetteria hanno accolto con soddisfazione il provvedimento. Per queste aziende italiane che continuano a produrre interamente in Italia, la possibilità di corredare i loro prodotti di un'etichetta che

permetta al consumatore di conoscere l'intero processo produttivo, a partire dalla selezione della materia prima, è un'opportunità fondamentale per valorizzare i propri prodotti, certificandone la qualità. È noto, infatti, che negli ultimi decenni molte aziende hanno scelto di delocalizzare una parte del loro ciclo produttivo, per poter continuare a presidiare il mercato o per sviluppare volumi importanti. Altre società, invece, hanno scelto di mantenere l'intero ciclo produttivo in Italia con tutte le difficoltà che questo

comporta e con i relativi aumenti dei costi di produzione. Ragione per cui questi operatori reclamano che la qualità dei loro prodotti possa essere riconosciuta in modo trasparente dalla clientela finale. Il sistema di tracciabilità è quindi considerato da questi imprenditori come uno strumento strategico per trasferire ai consumatori in modo efficace la qualità dei loro articoli e per far meglio comprendere le ragioni per cui il prezzo può essere più alto rispetto a quello della concorrenza.

IR