

INTERVISTA AD ANTONIO FRANCESCHINI (*), SEGRETARIO NAZIONALE DELL'UNIONE CNA FEDERMODA ()**

Febbraio 2007 – a cura di Ersilia Monti

Nei nostri incontri pubblici siamo soliti invitare i cittadini/consumatori a leggere con attenzione le informazioni contenute nelle etichette che accompagnano i prodotti tessili, poiché in un mercato poco trasparente e dominato dalla pubblicità, l'etichetta costituisce la vera carta di identità non solo del prodotto, ma del marchio a cui il prodotto è legato. Abbiamo rivolto alcune domande a questo proposito ad Antonio Franceschini, segretario nazionale dell'Unione CNA Federmoda che rappresenta circa 25 mila imprese artigiane e piccole-medie imprese del comparto moda italiano, produttrici in conto proprio e in conto terzi.

- **D.:** CNA Federmoda e il sindacato tessile italiano sono stati fra i sostenitori dell'introduzione dell'etichettatura di origine per le merci importate nell'Unione europea. La Commissione europea nel dicembre 2005 ha stilato un regolamento che se verrà approvato dal Consiglio dei ministri Ue potrebbe entrare in vigore già nel 2007. Qual è il contenuto della proposta di regolamento? Riguarderà solo le merci di produttori stranieri immesse nei paesi europei, come sembra di capire, o anche prodotti di marchi europei fatti realizzare all'estero? In buona sostanza, l'obiettivo è quello di porre un argine all'import da paesi molto concorrenziali come la Cina o quello di rivedere per tutti una legge che ha consentito finora alle imprese di tacere l'origine dei prodotti da esse commercializzati?
- **R.:** Il regolamento uscito dalla Commissione Europea il 16 dicembre 2005 prevede l'obbligo di etichettatura per le merci provenienti da Paesi extra UE. Oggi tale normativa è prevista da moltissimi Paesi che sono naturale mercato di sbocco per le produzioni moda italiane ed europee, primi fra tutti USA, Giappone e Cina. L'iniziativa vuole quindi portare a condizioni di reciprocità nelle relazioni commerciali internazionali e soprattutto vuole creare le condizioni per una maggiore trasparenza e informazione verso e a disposizione del consumatore finale.
- **D.:** Questo significa quindi che sarà obbligatorio per le imprese europee dichiarare in etichetta l'origine di tutti i prodotti tessili, di abbigliamento e calzaturieri fatti realizzare all'estero?
- **R.:** Significa che i prodotti di queste categorie, di provenienza extra UE, dovranno sottostare ad un regime di etichettatura obbligatoria in merito all'origine. [se non fosse chiaro, significa che sì, le aziende che hanno delocalizzato dovranno dichiarare in etichetta il luogo di produzione, n.d.r.]
- **D.:** E' in discussione in parlamento un disegno di legge sulla riconoscibilità e la tutela dei prodotti italiani "Cento per cento Italia" che gode del favore di una parte delle associazioni di categoria e delle griffe del lusso, convinte di poter dimostrare l' "italianità" della loro produzione. Nutriamo forti dubbi su ciò che si vuole certificare. L'Associazione nazionale calzaturifici italiani, per esempio, si è fatta promotrice sulla stampa italiana della campagna "I love Italian shoes": l'immagine di una scarpa sportiva è accompagnata dalla scritta "Non è fatta in Italia, costa troppo per quello che vale". Ma tutti sappiamo che, a parte imprese artigiane dell'estremo lusso per élites, nella produzione di scarpe difficilmente almeno una fase di lavorazione non è realizzata all'estero. Capi a marchio Versace e Valentino sono emersi nelle lavorazioni di laboratori cinesi a Prato. Le grandi case della moda fanno

realizzare da anni i ricami in India. Resta poi l'incognita dell'Unione europea che poche settimane fa ha bocciato la legge italiana del 2004 che impone l'indicazione in etichetta dell'origine della materia prima dei prodotti alimentari in quanto l'obbligo contrasterebbe con le regole della concorrenza "in quanto incita il consumatore a preferire i prodotti italiani". Come la vede?

- **R.:** Quello che noi chiediamo e ciò per cui ci stiamo battendo dal 1997 è di creare le condizioni per la valorizzazione del vero made in Italy. Purtroppo spesso ci troviamo alle prese con pratiche che approfittando degli spazi lasciati a disposizione dalla normativa vigente fanno sì che vengano etichettate con questo grande marchio collettivo merci che poco hanno a che fare con la produzione italiana. Crediamo quindi che creare un marchio su base volontaria che possa dare, a coloro che producono interamente in Italia le proprie produzioni moda, la visibilità garantita di un 100% Fatto in Italia possa essere un vero valore aggiunto. Non si tralasci poi che il disegno di legge in questione, verso il quale già anche in questa legislatura CNA FEDERMODA non ha mancato di ribadire il pieno sostegno in occasione di un'audizione presso la X Commissione Attività Produttive della Camera dei Deputati, contiene anche una norma sulla carta d'identità delle produzioni. Quello a cui noi tendiamo sostanzialmente è costruire un sistema di norme e procedure che possa mettere il consumatore finale di fronte a certezze per i propri acquisti.
- **D.:** Pensate quindi che sia arrivato il momento di superare il criterio dell'autocertificazione in favore di regole più stringenti? In filiere tanto complesse, come si comprova il vero "made in Italy", attraverso un'authority, un ente di certificazione, la collaborazione del sindacato?
- **R.:** Credo che un primo passo avanti potrebbe essere il sistema di rintracciabilità che sta venendo avanti all'interno di ITF [Italian textile fashion, organismo intercamerale per la filiera moda, n.d.r.], sistema che CNA FEDERMODA condivide e si sta impegnando a definire. Ovviamente non può che essere una certificazione volontaria, che espliciti "il dove" avvengono alcune fasi di lavorazione, certificazione che avrà un avallo dal sistema delle Camere di Commercio italiane.
- **D.:** Roberto Saviano dedica la prima parte del suo libro "Gomorra", che investiga il potere economico della camorra, al settore dell'abbigliamento. Scopriamo che nell'area vesuviana, nota per l'alta densità di laboratori di confezione irregolari, le grandi griffe commissionano lavorazioni anche pregiate a piccole fabbriche che occupano manodopera in nero, attraverso un ingegnoso sistema di aste al ribasso che favoriscono chi consegna per primo e al prezzo più stracciato, la merce rifiutata va ad alimentare il mercato parallelo della contraffazione. Fornisce credito il circuito finanziario parallelo della camorra. Non c'è dubbio che siamo di fronte a un "made in Italy" a tutti gli effetti, ma ottenuto in quali condizioni? Con quali strumenti una legge sulla "tracciabilità" dei prodotti, di cui siete fautori, potrebbe a suo parere venire a capo di fenomeni di questa portata?
- **R.:** La tracciabilità delle produzioni può dare molto in questa direzione. Il consumatore d'oggi non può non tenere conto di tutta una serie di condizioni di carattere ambientale, etico e sociale a cui sono sottoposti i prodotti che andrà ad acquistare. Ritengo di poter affermare che gran parte delle imprese artigiane e delle piccole imprese del sistema moda italiane siano oggi in grado di certificare pratiche corrette, promuovere quindi l'attenzione verso questi temi non può che produrre benefici al sistema economico da noi rappresentato e fungere da volano virtuoso.

- **D.:** Le aziende dell'abbigliamento che operano in conto terzi in Italia rappresentano il 70% di tutte aziende e occupano l'80% dei lavoratori del settore. Leggiamo sul vostro sito che la vostra associazione è stata fra i promotori della legge che disciplina la subfornitura nelle attività produttive. Una legge che fissa regole molto basilari nei rapporti fra impresa committente e impresa terzista, come la stipula del contratto in forma scritta, la determinabilità del prezzo, pagamenti entro 60 giorni, divieto di abuso di dipendenza economica nei confronti della parte più debole. A quasi dieci anni dalla sua entrata in vigore, come valuta l'efficacia di questa legge, ha raggiunto gli obiettivi che si prefiggeva?
- **R.:** Purtroppo non credo si possa affermare che la legge in questione abbia apportato particolari benefici, almeno per quanto riguarda il sistema moda, al settore delle imprese artigiane e delle pmi in genere, il rapporto rimane sostanzialmente legato a condizioni di peso economico a vantaggio delle grandi imprese committenti.
- **D.:** In seguito alla crisi del settore avete notato negli ultimi anni un calo apprezzabile nel numero di imprese artigiane e in conto terzi aderenti alla vostra associazione e qual è lo stato di salute del settore?
- **R.:** Sicuramente dal 2000 al 2005 il settore ha registrato una consistente riduzione di addetti e di imprese, unitamente ad un calo complessivo del volume d'affari. Il 2006 a dati consuntivi dovrebbe segnare un'interessante inversione di tendenza che speriamo sia beneaugurata e possa consolidarsi. Oggi il settore, in Italia, ha a mio parere interessanti opportunità sul fronte dei prodotti di qualità, su quei prodotti che abbiano un valore intrinseco che vada oltre al marchio. Sul fronte internazionale saranno premiate quelle imprese che sapranno garantire un prodotto italiano, in questa direzione sempre più spesso riceviamo richieste e indicazioni da parte dei buyers internazionali, ecco quindi che poter garantire le produzioni attraverso un sistema di tracciabilità potrà divenire un valore per tutta la filiera.
- **D.:** Fra i vostri associati esistono anche imprese cooperative e con quale distribuzione geografica?
- **R.:** No, da quanto ci risulta l'esperienza cooperativa in questo settore non ha realtà significative.
- **D.:** Da studi condotti nel nostro paese dall'Italian textile fashion e dall'Unione industriali di Como, i cui risultati sono stati pubblicati da Il Salvagente nell'ottobre scorso, risulta che fino al 30% dei capi di abbigliamento analizzati non rispetta la normativa sull'etichettatura di composizione fibrosa del tessuto, fino al 40% dei campioni importati da paesi extra Ue contiene ammine aromatiche cancerogene, con una punta dell'80% per i capi in seta importati. Gli enti autori dello studio non hanno voluto fornire i nomi dei marchi non a norma, ma poiché buona parte dei tessuti viene trattata all'estero, non è improbabile che fra i campioni analizzati ci sia qualche marchio conosciuto. Chi dovrebbe farsi carico dei controlli e quali sono gli interventi che repute indispensabili per renderli effettivi?
- **R.:** A livello nazionale le Camere di Commercio possono svolgere un importante ruolo, mentre a livello europeo è assolutamente necessario che il sistema doganale si dia un coordinamento utile a porre in essere i controlli del caso.

(*) **Antonio Franceschini** è stato recentemente nominato Segretario Nazionale dell'Unione CNA FEDERMODA. Entrato in CNA nel 1989, ha iniziato ad occuparsi del settore moda nel 1990 assumendo la responsabilità del settore per il territorio della provincia di Bologna divenendo poi nel 1998 Segretario Regionale per l'Emilia Romagna. Dal febbraio 1997 a febbraio 2006 ha anche operato come staff alla Presidenza Provinciale della CNA di Bologna quale Responsabile delle politiche per l'internazionalizzazione e come Responsabile del Comparto Moda Immagine e Comunicazione. E' stato tra i fondatori nel 1988 della Cooperativa Società Dolce divenuta poi Cooperativa Sociale Società Dolce, esperienza che ha continuato a condurre essendo ancora oggi Vice Presidente della stessa.

(**) L'Unione **CNA FEDERMODA** raggruppa i settori tessile, abbigliamento, calzature, pellicceria, sartoria, occhialeria e attività connesse tutelando e rappresentando circa 25.000 imprese artigiane e PMI del comparto moda italiano sia produttrici in conto proprio che subfornitrici/produttrici conto terzi. E' presente sul territorio in tutte le regioni, province e comuni d'Italia presso le oltre 1000 sedi CNA.

L'unione opera a sostegno delle imprese con iniziative e consulenze nel campo della FORMAZIONE, del marketing e della PROMOZIONE commerciale delle aziende produttrici in conto proprio e in SUBFORNITURA, dell'innovazione tecnologica, dell'aggiornamento tecnico e manageriale; promuove l'ASSOCIAZIONISMO tra le imprese. **CNA FEDERMODA** è firmataria dei CONTRATTI DI LAVORO dei settori tessile abbigliamento calzaturiero per le imprese artigiane e dei contratti del tessile abbigliamento, calzaturiero e pelle cuoio per le PMI.