

*Le Associazioni Imprenditoriali e le Organizzazioni Sindacali
del settore moda per la Legislatura UE 2009-2014*

PROTOCOLLO D'INTESA PER UN PIANO COORDINATO EUROPEO DI POLITICHE A FAVORE DI INVESTIMENTI, OCCUPAZIONE E REDDITI

SMI – SISTEMA MODA ITALIA

AIMPES

ANCI

ANFAO

FIAMP

TESSILIVARI

CASARTIGIANI – Tessile Abbigliamento Calzature

CLAAI

CNA FEDERMODA

CONFARTIGIANATO MODA

FEMCA-CISL

FILTEA-CGIL

Introduzione

Come noto, la crisi finanziaria, iniziata nell'agosto 2008, si è allargata velocemente all'economia reale, con effetti dirimpenti sull'equilibrio economico delle imprese e sull'occupazione.

Il settore Moda non ha fatto eccezione, anzi in alcuni casi ha anticipato la crisi.

Di fronte a questa inedita recessione, l'Europa, integrando le misure adottate dai singoli stati membri, ha la grande responsabilità di definire linee d'intervento comuni per i vari settori industriali, preservando l'integrità del Mercato Interno.

Con l'entrata in vigore del Trattato di Lisbona, il Parlamento UE avrà poteri rafforzati nel processo di decisione comunitario. Si tratta di una responsabilità che va colta appieno e sfruttata per contribuire ad accrescere la competitività e lo sviluppo sostenibile del tessuto economico e sociale continentale, attraverso:

- l'individuazione delle misure più appropriate per rispondere nel breve periodo alla crisi,
- la definizione di regole chiare, semplici, efficaci ed accessibili per tutte le imprese, con particolare riguardo alle PMI.

Questo documento vuole essere una scelta di partecipazione alla definizione sia di misure di intervento di impatto immediato, che di politiche di più ampio respiro, che

sostengano e orientino l'attività della Commissione UE nella direzione di uno sviluppo sostenibile e coerente con lo scenario competitivo mondiale.

Vista l'imminenza delle elezioni europee, non meno importante è per i firmatari di questo documento la disponibilità dei futuri parlamentari UE di "fare sistema", cioè di costituire un **intergruppo parlamentare per il settore moda**, che possa diventare luogo di confronto permanente ed elaborazione di strategie condivise per la promozione di uno dei più dinamici e importanti settori manifatturieri dell'Europa di oggi e di domani.

La filiera produttiva italiana del tessile-abbigliamento-pelli-cuoio-calzature-occhiali, sia sul piano qualitativo che quantitativo, si presenta come un patrimonio economico, produttivo e occupazionale insostituibile, costituendo una parte molto rilevante dell'economia italiana: il settore nel suo perimetro industriale esprime un fatturato consolidato di quasi 70 miliardi di euro, le esportazioni superano i 38 miliardi con un contributo positivo alla bilancia commerciale per circa 18 miliardi di Euro e l'occupazione, nella sola componente manifatturiera, si attesta a 757 mila unità. Con questi numeri il nostro settore è secondo solo all'aggregato dell'industria metalmeccanica per contributo all'economia manifatturiera.

Oltre a ciò, come ci ricordano i dati Istat, questo è il settore dell'industria in cui si registra il più alto tasso di presenza occupazionale femminile. Infatti, rispetto ad un dato medio del manifatturiero pari al 30%, i comparti della moda occupano le prime tre posizioni con livelli che oscillano dal 76% nelle confezioni al 58% nel tessile e 47% nelle calzature.

La situazione attuale del settore Moda

Tutti gli indicatori economici documentano che dopo un periodo di crescita, il bilancio settoriale del 2008 è tornato in area nettamente negativa.

Il rallentamento in termini di fatturato è dovuto sia alla debolezza del mercato nazionale che all'accentuato e contemporaneo rallentamento delle esportazioni in tutti i mercati di sbocco.

Anche per il settore Moda il 2009 si rivelerà inevitabilmente un anno particolarmente critico.

Ancora una volta, quindi, il settore Moda dovrà far leva sul suo più grande asset, ovvero quella cultura d'impresa e del lavoro radicata e quel "saper fare" diffuso, in grado di dare un reale e distintivo valore aggiunto alle produzioni italiane ed europee.

Sarà importante che le imprese riescano a focalizzare su strategie volte a cogliere quelle opportunità che sono, comunque, presenti in periodi di crisi e che per essere "agganciate" necessitano di una significativa lungimiranza, di una più accentuata propensione al rischio e di strutture aziendali solide su cui far perno: qualificazione e formazione delle risorse umane, ricerca e innovazione, crescita dimensionale delle imprese.

Tali strategie necessitano di politiche di orientamento e sostegno che attenuino le terribili difficoltà che le aziende devono fronteggiare.

Per questo i sottoscrittori di questo documento sono convinti che l'attuale pesante situazione di crisi internazionale richieda decisi interventi da parte dei Governi nazionali da coordinare con le politiche dell'UE, che non potrà sottrarsi all'esigenza di supportare

l'economia ed il tessuto imprenditoriale europeo, garantendo le condizioni per rafforzarne la competitività.

Le proposte

Il settore Moda condivide le priorità d'azione espresse dalle proprie rappresentanze confederali delle imprese e dei lavoratori con particolare riferimento a:

- interventi finalizzati ad assicurare e rendere più fluido il credito per tutte le imprese di ogni dimensione;
- rafforzare la politica industriale europea nei confronti delle piccole imprese, sviluppando provvedimenti di accompagnamento dello Small Business Act, che ne facilitino il recepimento all'interno degli Stati membri UE;
- potenziamento degli ammortizzatori sociali per renderli in grado di difendere l'occupazione e il reddito dei lavoratori, conservando nelle imprese le professionalità indispensabili per il rilancio del settore.

Tuttavia le parti intendono segnalare gli aspetti e le principali proposte direttamente riguardanti la propria filiera, che potrebbero offrire un concreto contributo al miglioramento della competitività delle imprese del settore e, indirettamente, dell'intera industria europea.

Le principali misure richieste sono:

- Trasparenza e tracciabilità : "Made In"
- Reciprocità e regole del commercio internazionale: WTO e accesso al mercato
- Trade Defence Instruments
- Occupazione e dialogo sociale
- Protezione sociale
- Qualità e sicurezza dei prodotti: Reach
- Emission Trading System
- Legalità e concorrenza: tutela della proprietà intellettuale

Per ognuna di esse si offre di seguito una sintesi, rimanendo a disposizione per approfondire il confronto in sede più tecnica.

TRASPARENZA E TRACCIABILITA': "MADE IN"

Attualmente l'Unione Europea è l'unica area al mondo in cui non esistono norme specifiche che impongano l'obbligo di apporre sui prodotti un'etichetta con l'indicazione dell'origine. D'altro canto, in moltissime Nazioni è **da tempo obbligatoria** l'etichettatura di origine dei prodotti Tessile/Abbigliamento/Calzature/Pelle come, per esempio, in USA, Giappone e Cina. Tenuto conto che il diritto del consumatore europeo all'informazione sulle caratteristiche dei beni disponibili sul mercato è uno dei principi fondamentali della Comunità, l'assenza di una normazione europea ad hoc risulta particolarmente grave.

Per tale motivo l'Italia supporta con convinzione l'introduzione del *Made In* obbligatorio per tutti i prodotti della moda importati nella Comunità da Paesi Terzi quale prima misura verso la piena valorizzazione delle produzioni europee.

In tal senso, ogni iniziativa da parte del futuro Parlamento UE volta a realizzare l'obiettivo della trasparenza dei mercati, secondo il principio di reciprocità tra l'Europa e gli altri mercati internazionali, sarebbe di importanza primaria.

RECIPROCIITA' E REGOLE DEL COMMERCIO INTERNAZIONALE: W.T.O. E ACCESSO AL MERCATO

La possibilità di accesso dei nostri prodotti ai mercati terzi è un argomento sempre di grande attualità. La produzione della nostra industria è fortemente orientata all'esportazione. Il suo livello qualitativo e il suo elevato contenuto stilistico fanno sì che essa trovi nicchie di consumatori potenzialmente interessati in qualsiasi mercato accessibile.

Tuttavia, negli ultimi tempi, anche sull'onda degli effetti della crisi economica globale, molti Stati hanno reagito innalzando barriere protezionistiche (che assumono le forme più varie, quali, ad esempio, la richiesta di certificazioni e standard sovente inutili, ma dispendiosi in termini di tempo ed economici) che finiscono per penalizzare le nostre esportazioni.

Il sistema moda si augura che le istituzioni comunitarie utilizzino ogni strumento a loro disposizione e ogni occasione opportuna per contribuire alla eliminazione degli ostacoli non tariffari che condizionano pesantemente l'apertura di mercati terzi.

In questo senso, è soprattutto importante agire sul fronte dei negoziati multilaterali sui NAMA (Non-agricultural market access, ossia il conseguimento di un libero accesso ai mercati nel commercio di beni industriali), nel contesto del D.D.A. (Doha Development Agenda).

Per garantire maggiore reciprocità, trasparenza ed equità nel commercio mondiale, è necessario che l'attuale Doha Round persegua un accordo che assicuri:

1. la valorizzazione della dimensione sociale e il rispetto per l'ambiente
2. dazi a non oltre il 15% per tutti i Paesi del WTO
3. l'eliminazione di ogni barriera tariffaria
4. la salvaguardia del settore moda, affinché lo stesso sia considerato e valorizzato al pari di altri settori produttivi.

TRADE DEFENCE INSTRUMENTS

Nel passato, sia i "dazi" che le "quote" venivano considerate misura protezionistica alle importazioni. Eliminate faticosamente (nell'arco di 10 anni) le quote e bilanciati per quanto possibile i dazi (si sta ancora lavorando), sono in vigore quale reale strumento di difesa commerciale solo ed esclusivamente i T.D.I. (Trade Defence Instruments, ossia misure antidumping e antisovvenzioni).

Le proposte di modifica della normativa comunitaria attuale (già circolate e che riteniamo dannose per l'industria UE), non sono in grado di salvaguardare gli interessi del nostro settore e non riescono ad evitare l'imposizione di politiche commerciali sleali. In questo senso, un eventuale cambiamento del quadro normativo attuale non è strettamente necessario, ma, ove si volesse attuare, dovrebbe indirizzarsi verso un rafforzamento dei T.D.I., non verso un incremento del potere discrezionale della Commissione nel valutare se ed in che misura dar corso alle procedure dei T.D.I., né, tanto meno, verso l'esclusione dalle misure antidumping di imprese europee che delocalizzano in Stati terzi.

OCCUPAZIONE E DIALOGO SOCIALE

In tutti i paesi europei sta crescendo la disoccupazione e il fenomeno sembra destinato ad accentuarsi.

E' necessario un patto sociale dell'UE che faccia da motore per una maggiore occupazione in qualità ed in quantità. Per questo, sono necessarie strategie industriali basate su innovazione, ricerca e sviluppo sostenibile, elaborando un piano di investimento europeo per favorire il lavoro nei settori chiave con alta intensità di occupazione. Nel quadro di competizione globale entro cui devono agire le imprese vanno attivati tutti gli strumenti in grado di assicurare che la competizione non sia falsata dal dumping sociale e vanno sostenute, con apposite normative, tutte le iniziative che lo contrastano.

Inoltre, nel quadro degli obiettivi di Lisbona, occorre favorire e valorizzare il lavoro femminile, che nel settore moda rappresenta oltre il 65% degli addetti complessivi, con fondi per politiche comunitarie, coordinate con misure di incentivazione contributiva e fiscale a livello nazionale, in grado di generare programmi che siano di effettivo sostegno alle aziende manifatturiere ad alta occupazione femminile.

Nella situazione di crisi generale dei mercati internazionali, appare di grande importanza ed utilità il Fondo europeo per la globalizzazione, che ha come obiettivo l'accompagnamento delle imprese appartenenti ai settori industriali che vengono investiti da gravi turbamenti in seguito alla globalizzazione dei mercati, per consentirne la ristrutturazione nell'ambito della stessa filiera produttiva.

Pertanto, per poter garantire tutte le condizioni ottimali di operatività e sostenere interventi significativi, il Fondo dovrà essere adeguatamente rifinanziato.

Vanno inoltre riviste e semplificate le procedure di attivazione, per garantire la tempestività e l'efficacia degli interventi.

Per rispondere alle esigenze reali dei comparti produttivi, occorre prevedere lo sviluppo del dialogo sociale ai vari livelli, territoriali e di categoria, per garantire la concertazione tra tutti i soggetti e la partecipazione dei lavoratori.

PROTEZIONE SOCIALE

L'aumento della disoccupazione, la riduzione della spesa pubblica e la caduta della domanda stanno determinando un'accentuazione delle disuguaglianze e la crescita del lavoro irregolare, mettendo a rischio il delicato equilibrio dello stato sociale.

Per far fronte a questi fenomeni è necessario attivare un'agenda sociale europea efficace e costruttiva per tutelare i lavoratori, permettendo loro di conservare una buona occupazione, con opportunità di formazione e di riqualificazione adeguate alle esigenze di nuova occupabilità.

La spesa sociale europea va qualificata attraverso l'allargamento delle attività dei fondi strutturali, in particolare del Fondo Sociale Europeo.

QUALITA' E SICUREZZA DEI PRODOTTI: REACH

Il settore della Moda europeo sostiene le attività delle Autorità comunitarie in merito all'applicazione del Reg. 1907/2006 (REACH) in tema di sicurezza per la salute umana e l'ambiente, considerandola un'ulteriore opportunità per stimolare l'innovazione di prodotto e di processo.

Tuttavia, si auspica che il prossimo Parlamento UE, durante la cui legislatura è prevista la prima revisione del Regolamento REACH, prenda in seria e approfondita considerazione, pur nel rispetto degli accordi WTO, misure che impongano analoghi impegni e responsabilità anche alle aziende extra-UE per quanto concerne le misure relative alla salute umana e all'ambiente, misure queste che non devono dipendere dalla sede di un'azienda, ma dal rispetto, dalla serietà e dal senso di responsabilità della stessa verso la salute umana e l'ambiente che sono patrimonio di tutti.

EMISSION TRADING SYSTEM

Il settore moda è profondamente coinvolto nell'impegno di riqualificazione dei propri cicli produttivi, per migliorare l'impatto ambientale complessivo dell'intera industria. Al fine di non vanificare questi importanti sforzi e, anzi, valorizzarne il più possibile il contributo proattivo, è importante assicurare un'omogenea e non penalizzante applicazione della normativa dell'Emission Trading System. La possibilità di esclusione da tale normativa di alcuni settori particolarmente soggetti al rischio "rilocalizzazione" è definita da criteri quantitativi di carattere generale. Secondo tali criteri possono essere esclusi i comparti della filatura e tessitura, ma non quello della Nobilitazione (codice NACE 17.3), per difficoltà di mera corrispondenza con i criteri citati. Poiché la Nobilitazione è un comparto particolarmente significativo nel contesto italiano per il rilevante contributo di valore aggiunto garantito alla filatura e tessitura, si auspica che vengano adottati criteri più ampi, che consentano di salvaguardare le rilevanti specificità dei sistemi produttivi europei.

LEGALITA' E CONCORRENZA: TUTELA DELLA PROPRIETA' INTELLETTUALE

La realtà che la contraffazione rappresenta è un danno per le imprese colpite del valore del marchio, della reputazione, della ricerca, della creatività, è la negazione dei diritti dei lavoratori regolari, un danno verso il consumatore - il prodotto non incorpora i valori creativi e qualitativi del prodotto originario e può rappresentare un rischio per la salute-, è un furto economico diretto per lo Stato e per la collettività -evasione fiscale e contributiva-. La contraffazione avviene oggi a livello industriale; è diventata un'attività commerciale ad alto profitto, in grado di generare guadagni simili a quelli del traffico di droga e di armi, ma con rischi fortemente minori. Ovviamente questo tipo di attività danneggia fortemente l'economia dell'Unione Europea, il cui principale vantaggio comparato si misura in termini di qualità e innovazione. La Commissione Europea, in questi ultimi anni, ha mostrato particolare attenzione al fenomeno contraffattivo.

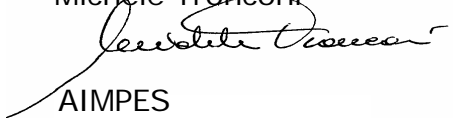
Nell'auspicare che il livello di attenzione alla tematica resti elevato, con conseguente impiego di risorse adeguate, il settore moda ritiene particolarmente importante:

- Individuazione di una figura istituzionale di riferimento a livello europeo: è fondamentale la presenza di un'authority europea per la lotta alla contraffazione e alla pirateria. A tale scopo, si auspica che l'annunciato Osservatorio Europeo sulla Contraffazione e Pirateria possa divenire operativo in tempi rapidi e rispondere in modo concreto a tale esigenza.
- Negoziati sull'accordo commerciale anticontraffazione (ACTA): è importante che i negoziati, che puntano a migliorare gli standard internazionali per condurre azioni contro la violazione su larga scala dei diritti di proprietà intellettuale, si concludano al più presto con esiti positivi. Sarebbe auspicabile anche l'adesione di quei paesi dove la contraffazione è più presente.

- Sottoscrizione di accordi/intese istituzionali con paesi esteri in cui il fenomeno contraffattivo è particolarmente presente e dove è più difficile per le aziende italiane porre in essere meccanismi di difesa.
- Agevolazioni/finanziamento spese di registrazione: i costi di registrazione di marchi e disegni appaiono elevati e la relativa procedura lunga e complessa a livello burocratico; sarebbero importanti finanziamenti per le aziende che registrano nonché opportuno prevedere un meccanismo di esame preventivo del marchio già in sede di deposito.
- Normativa e controlli: contraffazione e pirateria non hanno confini e rappresentano un fenomeno ormai globale. Per una lotta efficace è indispensabile una intensificazione dei controlli e una collaborazione transfrontaliera tra le autorità preposte.
- Contraffazione on line: è un fenomeno dilagante, secondo dati recenti, almeno il 30% della merce venduta via Internet sarebbe contraffatta (quasi il 50% con riferimento al settore tessile moda). Il fenomeno degli abusi compiuti in rete deve essere affrontato in maniera radicale sia a livello di best practice condivise tra titolari di diritti di proprietà intellettuale e operatori sul web, sia con interventi normativi comunitari e transnazionali.
- Attività di sensibilizzazione: è importante che anche l'Europa si impegni in una campagna di comunicazione e sensibilizzazione dell'opinione pubblica sui danni provocati dalla contraffazione; è necessaria una svolta culturale affinché i consumatori percepiscano che l'acquisto di un prodotto contraffatto non è un "affare", ma un danno per società civile.

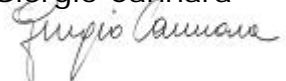
SMI – SISTEMA MODA ITALIA

Michele Troneoni



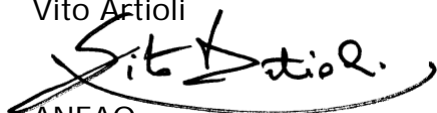
AIMPES

Giorgio Cannara



ANCI

Vito Artioli



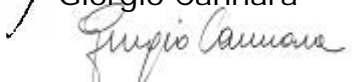
ANFAO

Vittorio Tabacchi



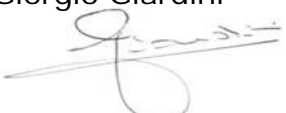
FIAMP

Giorgio Cannara



TESSILIVARI

Giorgio Giardini



CASARTIGIANI – Tessile Abbigliamento Calzature

Romano Natali



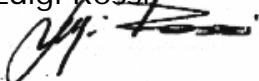
CLAAI

Salvatore Luca



CNA FEDERMODA

Luigi Rossi



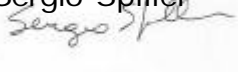
FEDERAZIONE MODA CONFARTIGIANATO

Giuseppe Mazarella



FEMCA-CISL

Sergio Spiller



FILTEA-CGIL

Valeria Fedeli

