



LA SFIDA

Urso richiama i partiti «Una politica bipartisan per rilanciare l'export»

di **NUCCIO NATOLI**

— ROMA —

«**S**ERVE UNA POLITICA ad hoc, meglio se bipartisan, per sostenere il made in Italy». L'esortazione a unire le forze arriverà oggi dal viceministro allo Sviluppo economico, Adolfo Urso, durante il convegno 'Il Futuro made in Italy. Le regole, la missione, la sfida' organizzato dalla Fondazione FareFuturo (di cui è presidente Gianfranco Fini e Urso è il segretario generale) insieme con Ermete Realacci, deputato del Pd e anima di **Sym-bola**. Durante il convegno sarà presentato un documento sul rilancio del made in Italy che deve passare dalla difesa della concorrenza sleale alla promozione delle nostre eccellenze nel mondo. Qn è in grado di anticipare i passaggi più significativi del documento.

«**IL MADE** in Italy è oggi una sfida comune del sistema Italia — si legge — la sua valorizzazione, la sua difesa, è non solo una scelta obbligata, ma una scelta strategica per il nostro futuro. Esso non è solo espressione di un'indicazione geografica, ma anche e soprattutto di un sistema di valori, un marchio di qualità dell'Italia nel mondo, che va difeso dal diffondersi di forme di competizione illegale e sleale che rischiano di eroderne la forza e il prestigio. In un tempo segna-

to dalla crisi economica e finanziaria, il made in Italy si è dimostrato un'importante risorsa della nostra economia. Nel 2008, solo nei macrosettori delle 4A (Abbigliamento, Arredo e sistema casa, Agroalimentare e Automazione), è stato generato un valore aggiunto di circa 138 miliardi di euro e questo anche grazie agli oltre mille prodotti in cui l'Italia primeggia e che rappresentano in valore il 50% dei 290 miliardi di euro di esportazione realizzati nel 2009. Uno straordinario esempio che rafforza la scelta, fatta dalla maggior parte delle imprese italiane, di spostare sempre più la competizione sul terreno della qualità e dell'innovazione. E oggi la sensibilità sociale e quella ambientale sono due componenti fondamentali di un made in Italy capace di misurarsi, e in qualche modo anticipare, le stesse sfide della green economy e anche per questo, sulle sfide future che dovrà sostenere, sulla sua missione e sulle strategie per meglio difenderlo, diffonderlo e promuoverlo è necessario costruire un comune punto di vista, una convergenza tra le imprese, le istituzioni e la società, per condividere e promuovere insieme le chiavi interpretative dell'economia del futuro: la green economy, la scommessa della qualità, l'innovazione». In pratica il documento delinea strategie di tutela e promozione sia in ambito europeo che italiano. In ambito comunitario va spronata l'Ue a introdurre l'obbl-

go di indicazione del Paese di provenienza sui prodotti importati

nell'Unione.

«**SARÀ IMPORTANTE** innanzitutto che il nostro Paese — sostiene il documento — si faccia valere in sede Ue affinché venga recuperato lo schema originario che il commissario pro-tempore Mandelson elaborò nel 2005. L'Ue deve rafforzare lo strumento di difesa contro la concorrenza sleale e il dumping: rispetto al Reg. (CE) 384/96 grazie alle modifiche introdotte su proposta italiana con il Regolamento 461 dell'8 marzo 2004 è più semplice avviare le procedure. Su questo è importante che il neo-commissario De Gucht — sin qui piuttosto cauto — confermi lo schema in cui prevalente è il riscontro oggettivo di dumping».

A LIVELLO NAZIONALE «è necessario produrre uno sforzo eccezionale nella lotta alla contraffazione dando maggiori strumenti all'Agenzia delle Dogane e alle forze dell'ordine impegnate nel sequestro e distruzione della merce contraffatta». Infine occorre intensificare i controlli, elevare i livelli di efficacia delle iniziative giudiziarie, assicurando tempi celeri dei processi e certezza delle sanzioni. Così come è necessario creare sistemi di monitoraggio e di aggregazione dei dati oggi raccolti da canali diversi e non coordinati tra loro.

PRIORITA'
«Dobbiamo produrre uno sforzo decisivo nella lotta alla contraffazione»



VICEMINISTRO
Adolfo Urso

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

www.ecostampa.it

074078