

Il caso Volkswagen impone di fare in fretta

di **Lisa Ferrarini** ▶ pagina 28

TUTELA DELL'ORIGINE DEI PRODOTTI

Il caso Vw rilancia l'urgenza del Made in

Necessaria una riflessione sul rapporto fra imprese, consumatori e mercato

di **Lisa Ferrarini**

La vicenda che ha interessato di recente il gruppo Volkswagen impone una seria riflessione sul rapporto tra imprese, consumatori e mercato. Quello che oggi rischia di essere messo in pericolo è, in effetti, il rapporto etico tra impresa e consumatore. Come imprenditori non possiamo permetterci di perdere la fiducia del consumatore, che ha il diritto di essere tutelato e ricevere informazioni corrette e complete su ciò che acquista e utilizza.

In questo rapporto etico, l'origine dei prodotti, il cosiddetto "made in", è un elemento fondamentale in quanto fornisce al consumatore un insieme di informazioni sul prodotto necessarie ad apprezzarne l'eccellenza dei processi produttivi e quindi di compiere scelte consapevoli. Da molti anni l'industria italiana chiede con forza l'approvazione di una norma europea che obblighi a etichettare i prodotti commercializzati all'interno della UE indicandone l'origine secondo i criteri definiti dalla normativa Comunitaria vigente.

Le implicazioni del caso Volkswagen rischiano di procurare danni rilevanti non solo a tutta la filiera dell'automobile, ma anche ad altri settori produttivi: se viene a mancare la fiducia del consumatore i timidi segnali di ripartenza che stiamo vivendo rischiano di vanificarsi.

È perciò importante che l'industria europea impari da questo caso eclatante a valorizzare le proprie produzioni, a rispettare le regole e a dotarsi di controlli di qualità dei prodotti non più delegati ad agenzie esterne, spesso pagate dagli stessi produttori, ma identifichi un sistema di certificazione europea al passo con gli

standard internazionali, autorevole, credibile, affidabile a livello mondiale e che contempi finalmente l'origine dei prodotti come elemento determinante.

Il caso degli Stati Uniti rappresenta un modello da seguire, laddove l'Ente regolatore pubblico mostra uguale intransigenza sia per il rispetto delle regole di sicurezza che per quelle relative all'origine dei prodotti, ponendo al centro della sua azione la tutela del consumatore. La globalizzazione dei mercati e dei prodotti ci impone oggi di tutelare maggiormente gli interessi dei consumatori e preoccuparci meno delle posizioni dominanti, lasciando che il mercato si regoli da sé e che il consumatore ne sia sempre avvantaggiato.

A questo riguardo, le proposte di Regolamento comunitario sulla sicurezza generale dei prodotti destinati al consumatore e sulla sorveglianza dei mercati, attualmente in discussione in sede europea, hanno come obiettivo quello di garantire al consumatore tutte le informazioni necessarie, nonché di assicurare la piena attuazione di tutti i controlli. All'art. 7 del primo di questi due Regolamenti si prevede esplicitamente che l'origine dei prodotti sia chiaramente indicata al momento della commercializzazione per dare al mercato la necessaria trasparenza. Su questi punti ci siamo battuti con convinzione con tutti i nostri settori rappresentativi del made in Italy avendo da tempo anche individuato formule di compromesso per limitare ad alcuni specifici settori la portata di tale norma, pur di veder sbloccato un dossier che da anni si trascina in sterili discussioni.

Tuttavia, continuiamo ad assistere a una precisa volontà ispirata dalla Germa-



Peso: 1-1%, 28-17%

nia e dai Paesi nordici non manifatturieri di bloccare questa proposta nella convinzione che un prodotto tedesco o danese costituisca di per sé un oggetto di affidabilità e di qualità.

Gli episodi cui stiamo assistendo in questi giorni dimostrano, invece, che questo assioma non è garantito e che il consumatore ha ricevuto informazioni non veritiere circa la qualità dei prodotti, che non rispecchiano quanto viene dichiarato nei certificati che li accompagnano. Sappiamo bene che larga parte delle produzioni tedesche sono di alta qualità. Nondimeno, 11 milioni di automobili il cui sistema di rilevazione delle emissioni è stato consapevolmente modificato, costituiscono una realtà incon-

trovertibile che non può essere ignorata e di cui il dibattito sulla proposta in tema di "made in " dovrà tener conto. Certo, non è tutto oro quello che luccica, ma come imprenditori e come consumatori ci sentiremmo tutti più garantiti se ogni prodotto contenesse obbligatoriamente l'indicazione di origine.

Lisa Ferrarini è Vice Presidente di Confindustria per l'Europa

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LE CONSEGUENZE

Le implicazioni del caso Volkswagen rischiano di procurare danni rilevanti non solo alla filiera dell'auto, ma anche ad altri settori produttivi



Peso: 1-1%,28-17%