

15 DICEMBRE
2013



OPINIONI & FATTI \ DAL PARLAMENTO

L'“Italian Quality” è la via per salvare e valorizzare il Made in Italy - terzo nel mondo dietro Coca Cola e Visa - e passa soprattutto attraverso i discendenti degli italiani che vivono all'estero

Questione di stile

di Francesca
La Marca (*)

lamarca_f@camera.it

NEI GIORNI scorsi, con un comunicato stampa, ho già segnalato una buona idea che è venuta dal Senato, per iniziativa della senatrice Valeria Fedeli e di un gruppo di colleghi, che hanno presentato un disegno di legge per la tutela di quella che si sta confermando una delle migliori risorse dell'Italia in questi momenti opachi, vale a dire il Made in Italy. La proposta avanzata in Senato e in via di presentazione anche alla Camera da parte di un gruppo di noi, è quella di istituire un marchio di qualità, l'“Italian Quality” appunto, per meglio tutelare il Made in Italy.

La premessa da cui nasce questa iniziativa è molto concreta e comunque facilmente intuibile. Nel vivo di una crisi che si trascina ormai da oltre cinque anni e che solo ora inizia ad allentare la sua stretta, le esportazioni, e in particolare quelle rientranti nel cosiddetto Made in Italy, sono state tra le pochissime voci positive della bilancia dei pagamenti e dell'intero bilancio economico del Paese. Nel 2011, mentre i consumi sono diminuiti dello 0,1% e gli investimenti dell'1,3%, le esportazioni sono aumentate del 6,7%. Nel 2012, i consumi sono arretrati del 3,3% e gli investimenti addirittura del 9,1%, ma le esportazioni sono cresciute del 2%. Il contributo delle esportazioni alla formazione del prodotto interno lordo ha superato ormai il 30%.

Pur non essendo una grande esperta di economia, mi pare che solo chi pregiudizialmente rifiuta ogni forma di buon senso può respingere l'idea che ancora per un bel po' di tempo l'Italia debba contare sulle esportazioni come leva sostanziale, anche se non unica, per la sua tenuta e per la sua ripresa. Ora, è arcinoto che il cuore delle esportazioni italiane sia il Made in Italy, non solo prodotti agro-industriali, moda e designer, come è sempre stato, ma anche elettronica, tecnologie, chimica fine e altro ancora. Una recente ricerca, ormai abbastanza nota, afferma che il Made in Italy, dopo quello della Coca Cola e della VISA, è il brand più diffuso al mondo. In questo successo hanno avuto un ruolo determinante, la qualità, l'eleganza, il valore evocativo di uno stile che riporta se non ad un'idea di “dolce vita”, quanto meno di vita dolce e gratificante. E considerando la terribile concorrenza che in questi anni è venuta da paesi e soggetti produttivi che sono in grado di produrre per ragioni geoambientali a costi

enormemente più bassi, un ruolo l'hanno avuto anche la grande capacità manageriale di tanti piccoli produttori, che hanno trovato il modo di resistere a questa piena impetuosa, e la duttilità e l'elasticità che sono nel DNA della piccola e media impresa italiana.

Poi, non per consolarci tra noi, è giusto rivendicare l'incidenza che nella maturazione di queste condizioni di successo ha avuto la presenza delle nostre comunità nel mondo. Non solo perché l'insieme di tutti coloro che guardano all'Italia con interesse e simpatia, italiani di passaporto e italo discendenti, rappresenta un mercato potenziale di cui pochi paesi al mondo possono godere. Ma anche perché l'Italian Style, prima che una linea di prodotti, è uno stile di vita, un modo di relazionarsi con gli altri, un quotidiano fermento di socialità e di convivialità. Sicché ogni comunità è stata di fatto, e per un lungo lasso di tempo, un fattore di mediazione culturale e una costante sollecitazione di interesse verso l'Italia e verso le sue molteplici espressioni, produzioni comprese. Per questo continuo a dire che il fatto che s'ignorino o si considerino in modo marginale le comunità e le loro rappresentanze nei progetti di promozione dei prodotti italiani all'estero rappresenta non solo un limite, ma un vero e proprio autogol. Se si evoca la funzione degli italiani in mobilità, come fa il progetto Destinazione Italia, che pure dice tante cose giuste sulla necessità di semplificare la giungla burocratica e di dare sicurezze agli investitori stranieri, che cosa impedisce di riconoscere che un ruolo anche più importante possono svolgere i discendenti degli italiani che si sono ormai integrati nei paesi di residenza e spesso hanno in mano importanti leve sia in campo economico che istituzionale e culturale?

Ma torniamo al Made in Italy. Come si diceva, negli ultimi anni, proprio per la sua capacità di penetrazione, esso è stato esposto ad una concorrenza spietata sia da parte di

coloro che essendo delocalizzati hanno potuto produrre a costi molto più bassi che da parte di coloro che si sono messi sulla strada dell'imitazione e della contraffazione. Le regole del commercio internazionale e di quello europeo in particolare non consentono di chiudersi all'arrivo di prodotti che in qualche maniera rispettino le normative in vigore, e naturalmente è giusto così. Tanto più che i nostri prodotti sono presenti in tutti i mercati del mondo ed è velleitario pensare che possano essere preventivamente salvaguardati

meno interessati ad avere un prodotto garantito. Questo riconoscimento di qualità è però subordinato ad alcuni dati di fatto: il prodotto deve aver avuto non solo l'ultima lavorazione in Italia, ma anche almeno un'altra trasformazione. Esso, poi, deve essere fatto da un produttore che abbia il domicilio fiscale in Italia. Sarebbe strano, infatti, se il produttore si giovasse per la certificazione di un servizio dello Stato, avesse anche il beneficio della promozione pubblica dei prodotti Italian Quality nel mondo, e poi pagasse le tasse in un altro paese.

Sono certa che nella mente di molti di voi in questo momento stanno scorrendo le immagini della protesta dei produttori agricoli che in questi giorni hanno manifestato al passo del Brennero per impedire l'invasione di prodotti di altri paesi europei, che fanno concorrenza a quelli italiani. Come la mettiamo con le sole due lavorazioni quando la qualità dei nostri prodotti agroalimentari dipende da quel determinato territorio, da quelle determinate piante, da quei determinati animali, da quel determinato ambiente? Naturalmente, la differenza tra un prodotto trasformato secondo certi criteri di qualità e di stile, come può essere un capo d'abbigliamento, e una specialità alimentare esiste ed è evidente. Per questo la legge prevede che dopo l'approvazione sia emanato un Disciplinare che determini, comparto per comparto, le condizioni sulla base delle quali l'Italian Quality possa essere concesso. Insomma, a ciascuno il suo. E, ripeto, non solo ai produttori, ma anche ai consumatori.

Mi pare che ci siano le condizioni per ringraziare prima di tutto la senatrice Valeria Fedeli di questo serio e importante lavoro svolto e, nello stesso tempo, per cogliere con convinzione, e magari anche con un po' di entusiasmo, l'occasione di lavorare anche alla Camera, assieme al collega Realacci e agli altri che vogliono impegnarsi in questo senso, affinché una buona idea diventi un fatto concreto e positivo. Questo Governo sta facendo sforzi sinceri - vedi il progetto Destinazione Italia, di cui prima si parlava - per spingere decisamente l'Italia nel mondo. Noi che nel mondo già ci viviamo sappiamo quanto sia importante che ciò avvenga, non solo per incontrare un volto dell'Italia più fresco e dinamico, ma anche perché siamo convinti che questo sia il principale aiuto che il nostro Paese può dare a se stesso.

(*) *Deputata del PD eletta nella Circostrizione Nord e Centro America*



tramite misure di intervento sulle attività commerciali. Ma è altrettanto giusto che i produttori del Made in Italy e gli stessi consumatori restino senza alcuna protezione? Oggi, per ottenere il marchio Made in Italy, in base alle regole esistenti, basta che un prodotto abbia avuto l'ultima lavorazione in Italia, anche se tutte le altre trasformazioni siano avvenute all'estero.

Ecco, a questo punto si misurano l'opportunità e l'intelligenza della nuova proposta di legge presentata al Senato e in arrivo alla Camera. Con essa, tutti i produttori che lo vogliono possono richiedere alle autorità pubbliche di ottenere un marchio aggiuntivo, che certifichi la qualità del prodotto Made in Italy di fronte ai consumatori stranieri e anche di fronte a quelli italiani, che non sono

RELIGIONE



di Vincenzo
La Gamba

vjim19@aol.com

La terza domenica d'Avvento è quella a cui io sono devoto in modo particolare. Per prima cosa è pervasa dalla gioia. Si chiama, infatti, la domenica “laeta”, cioè allegra come suggerito da San Paolo nella seconda lettura: “Rallegratevi sempre nel Signore; ve lo ripeto: rallegratevi”. Ma anche per discernere sulla differenza che c'è tra un cuore lieto anziché un cuore felice. A prima vista sembrerebbe che non ci sia nessuna differenza. Vero, cari amici fedeli? Ma ve ne è una paradossalmente importante.

Un cuore è felice se si ottengono cose che sono più materiali, tipo una casa, fare un viaggio, comprare vestiti griffati, possedere

La gioia della festa è tutta nella sua attesa

beni immobili, una macchina di lusso. Un cuore è lieto e gaio se si ha dentro Gesù che è il bene più prezioso per noi credenti. Analizzate bene, dopo questo scritto, a quale grado di felicità o letizia voi appartenete.

Sofferiamoci pure sulla prima lettura, in cui il profeta Sofonia dice: “Gioisci, figlia di Sion, esulta Israele, e rallegrati con tutto il cuore, figlia di Gerusalemme!”. Nel cantico responsoriale questo straordinario vocabolo della gioia si arricchisce ancora di altri termini: “Mia forza e mio canto è il Signore; Egli è stato la mia salvezza. Attingerete acqua con gioia alle sorgenti della salvezza... Gridate giulivi ed esultate, abitanti di Sion (Isaia 12, 23-36).

Chi ha fatto le medie in Italia ricorda la poesia di Giacomo Leopardi “Il sabato della villaggio”. Il poeta Giacomo Leopardi ha espresso il concetto della gioia dell'attesa, del sabato che precede la festa ed il riposo. Esso è “giorno pien di speme e di gioia”. Vi ricordate queste parole? Aggiungiamo noi pieno di gioia proprio perché pieno di speranza. L'attesa della festa è migliore della festa stessa.

Cari amici fedeli, non vi è mai capitato di fare preparativi per un'occasione lieta, oppure

la cena della vigilia di Natale, il giorno di Natale o la Pasqua? Avete cucinato per giorni con cura e fatica e poi d'un lampo la festa finisce in poche ore! L'attesa di un parto a volte non ha paralleli con la nascita del bambino, che porta felicità e gioia ai genitori. L'attesa (quasi sempre) è generatrice di viva gioia e letizia. San Paolo dice che i cristiani devono “essere lieti nella speranza”, il che non significa solo che devono “sperare di essere lieti” ma devono “essere lieti di sperare”, lieti già ora, per il semplice fatto di sperare.

Detta così sembra facile, ma è davvero così l'Avvento di quest'anno per noi cattolici romani? Un mondo senza pace è un mondo triste. Perché rallegrarsi quando la maggioranza delle notizie dei telegiornali sono brutture mondiali? Perché rallegrarsi quando la natura si è svegliata per fare danni con inondazioni, piogge torrenziali, uragani e tifoni come l'ultimo che ha ucciso quasi 5.000 persone nelle Filippine? Ma è molto importante capire perché Santa Teresa d'Avila ha scritto che se “un Santo è triste è un triste Santo”, cioè un cristiano triste sarà un triste cristiano. La tristezza non ci dominerà se sappiamo essere padroni dei nostri sentimenti.

Cari amici fedeli, condizione essenziale per “rallegrarsi nel Signore” è avere uno spirito evangelico da poveri, cioè essere uomini e donne senza alterigia e superbia, ma umili, affabili, altruisti.

La gioia evangelica da sola rappresenta la grande fetta del “rallegramento” con Dio da parte di gruppi cristiani più impegnati nella evangelizzazione. La felicità e la gioia evangelica sono la parte viva che ereditiamo dal Signore. Se esistesse la fabbrica della gioia e della felicità faremmo chissà quali pazzie per comperarne una dose abbondante di tutti e due, ammesso e non concesso che tutti avessero dei soldi per comprarle.

La vera fabbrica della gioia e della felicità terrena è la costante preghiera ed il coraggio di pregare Dio. Poi, se la nostra attesa è pari ad un totale fallimento durante questo periodo d'Avvento, vuol dire che ci siamo distaccati da qualcosa che qualcuno considera tutto suo.

A cura dell'Apostolato Italiano della Diocesi di Brooklyn & Queens