

Parla l'italiano che dal prossimo anno guiderà l'associazione delle industrie dell'abbigliamento europee

«Così difenderò l'impresa tessile»

Tronconi (Euratex): prolungare al 2008 le quote con Cina



Michele Tronconi (Varesenews)

Il dna di famiglia

Il gusto per le associazioni è nato negli anni del liceo, quando Michele Tronconi scriveva i discorsi per il padre, presidente di una "territoriale". E da allora non l'ha mai abbandonato, tanto che oggi dice: «Avere molti contatti, anche sul territorio, rende più facile capire da dove nasce un problema e dove si può risolvere. L'interesse per il tessile invece è nel dna della famiglia, da qualche centinaio di anni impegnata in questo settore.

Tronconi lavora con il padre nella Gaspare Tronconi Spa (dal nome del nonno) di Fagnano Olona (Varese). Un grappolo di impianti, di piccole dimensioni, per la nobilitazione dei tessuti (tintoria e finissaggio).

Negli uffici di Smi-Ati a Milano (l'associazione del sistema moda) già lo definiscono «la massima autorità europea del settore». Michele Tronconi, 44 anni, dal 1° gennaio sarà il nuovo presidente di Euratex, l'associazione delle imprese tessili e di abbigliamento europee, di cui oggi è vicepresidente. Primo italiano a coprire questo ruolo, anche se, ci tiene a precisare, «nella sua storia decennale Euratex ha avuto come presidente anche Jean De Jaegher, che era belga, sì, ma era anche amministratore delegato e poi vicepresidente della Marzotto».

Dottor Tronconi, non dev'essere facile oggi difendere gli interessi del settore in Europa.

A Bruxelles ci sono istanze e interessi contrapposti, i processi decisionali sono lunghi e i risultati sono frutto di mediazioni che accontentano poco tutti. Nello stesso tempo io sono d'accordo con quello che diceva John F. Kennedy: «Gli americani devono smettere di chiedersi che cosa fanno gli

Stati Uniti per loro e cominciare a pensare che cosa fanno loro per gli Stati Uniti». Vale anche da noi.

Quali sono le priorità su cui intende muoversi?

Le linee guida sono tre, le stesse della gestione precedente: apertura dei mercati, reciprocità e trasparenza. Sulla base di questi principi si sviluppano poi le varie applicazioni.

L'obbligo di etichetta d'origine per i prodotti importati è una di queste?

Il "made in" è una battaglia importante sul fronte della trasparenza. Bisogna evitare che si paghi tanto quello che vale poco e i facili guadagni di chi propone prodotti importati a prezzi europei, a danno dei consumatori.

Come pensa che si possa superare l'opposizione di Germania e Gran Bretagna?

Le obiezioni tecnico-giuridiche sollevate dai Paesi che si oppongono al "made in" sono state tutte risolte. La Gran Bretagna si oppone per una questione di principio, li considera de-

gli orpelli che intralciano il libero mercato. Però bisogna riconoscere che è l'unico Paese Ue dove i minori prezzi all'import sono stati trasferiti a vantaggio dei consumatori. Invece la Germania (che si tira dietro anche i Paesi dell'est) teme che con l'etichetta si metta a nudo il processo di delocalizzazione produttiva, che può essere dannoso sul piano commerciale.

Come se ne esce, allora?

Visto che gli interessi sono tanti, credo che l'unico modo per trovare una soluzione sia andare sui principi, difendere la trasparenza. Comunque la battaglia per il "made in" è un treno in corsa, la stessa Commissione la difende. Ora il pallino è in mano ai Paesi membri.

Le altre priorità di Euratex quali sono?

Stiamo monitorando il proseguimento del Reach, il nuovo regolamento europeo sulla registrazione dei prodotti chimici. Per noi è un grosso problema: aumenterà ancora i costi e ridurrà la competitività delle aziende. In Europa si continua ad alzare l'asticella della nostra cor-

sia, mentre gli altri Paesi possono correre con meno ostacoli e arrivano prima.

E sul fronte dell'import cinese?

Vorremmo riuscire a prolungare fino al 2008 l'accordo firmato un anno fa con la Cina, che scade a fine 2007. Altri Paesi, come gli Stati Uniti, l'hanno fatto fin dall'inizio. È stato un accordo utile, nonostante il basso utilizzo delle quote da parte dei cinesi. Ma l'enorme aumento delle esportazioni da Vietnam, Filippi-

ne e Malesia fa pensare che ci siano delle triangolazioni e questo sarà un tema su cui si dovrà intervenire. Le triangolazioni, però, comportano tempi più lunghi e quindi avvantaggiano i produttori più vicini a noi. Un altro fattore positivo è che i prezzi medi sono saliti.

Dal 2009 comunque il mercato sarà libero.

Sì, però sarà uguale per tutti. Poi non è detto che a quell'epoca dalla Cina arrivi così tanto tessile-abbigliamento. La Cina sta aumentando l'offerta in altri settori,

a maggior valore aggiunto. Oggi il grosso problema di quel Paese è l'eccesso di offerta, che determina un calo dei prezzi.

Come presidente dell'industria tessile europea, quale sarà il suo obiettivo personale?

Tenere alta l'immagine del tessile-abbigliamento, un'industria che spesso è vissuta come roba vecchia, ma che in realtà si nutre di nuove tecnologie e di ricerca.

CRISTINA JUCKER



www.euratex.org

