

La Lega lancia il marchio “Made in Padania”

Pubblicato: Giovedì 4 Dicembre 2003

Lo scrive “La Padania”, lo rilancia “Milano Finanza”, non se ne trova ancora traccia sul sito dei lavori parlamentari della Camera dove la proposta sarebbe approdata alla commissione attività produttive.

Ma ormai il dado è tratto: in un periodo di affermazione del “Made in Italy” e di ritrovata importanza per la tracciabilità del prodotto per garantirne la qualità, anche i padani vogliono dire la loro e presentano una proposta di legge per permettere di riconoscere il “Made in Padania”.

A presentarla è stato Edouard Ballaman, deputato friulano della Lega con importanti incarichi di Governo (E’ uno dei tre “questori”): secondo la sua proposta il marchio padano dovrebbe permettere di riconoscere i prodotti realizzati in Valle d’Aosta, Piemonte, Liguria, Lombardia, Veneto, Friuli – Venezia Giulia, Emilia Romagna, Marche, Toscana, e Umbria, oltre che nelle province di Trento e Bolzano.

Per Ballaman la riconoscibilità di questi manufatti come provenienti da queste terre è necessaria perché: «Sebbene diversi, questi prodotti di questo territorio che riduttivamente viene definito Nord ma che più compiutamente potrebbe chiamarsi Padania, sono qualitativamente simili, in quanto omogenea e radicata è la componente immateriale che ne ha reso possibile la nascita fisica». Questo è il motivo per cui «L’istituzione di un simbolo, di un marchio, vuole essere il modo per affermare l’esistenza di una cultura imprenditoriale propria della Padania e rendere riconoscibile un knowhow imprenditoriale specifico e non riproducibile. In altri termini, l’istituzione di un marchio significa fornire all’imprenditore uno strumento che gli consente di non essere confuso con situazioni a lui estranee, al tempo stesso, costituisce un vantaggio competitivo derivante dal fatto di essere parte di quella zona economica integrata, in cui si produce e si vende anche all’estero qualità».

Un vantaggio per il produttore, ma anche per il consumatore: «Esso, infatti, costituendo un’informazione completa e la garanzia sulla qualità del prodotto, consente al consumatore di non essere più in una posizione di inferiorità rispetto al produttore e di attuare scelte più oculate ed efficaci, traendo il massimo beneficio dal confronto tra le più disparate offerte del mercato». Questo è quanto. Il sospetto che il marchio proposto effettivamente sarà il sole delle Alpi è notevole.

Ancora non si può sapere quale sarà il percorso di questo marchio, se sarà una semplice operazione di marketing legata a delle parole d’ordine politiche o seguirà un percorso adeguato per rilanciare lo sviluppo industriale delle aziende che operano in “Padania”.

C’è di buono che da noi, nel pieno della “Padania” c’è chi è già al lavoro, sul serio, da un po’, su questo argomento. Lo dimostra un convegno organizzato, proprio per domani, dalla Camera di Commercio di Varese in collaborazione con Sistema Moda Italia e con il supporto scientifico di Centrocot s.p.a. e università Cattaneo.

Il convegno, previsto a Malpensafiere a partire dalle 9,30 affronterà l’ipotesi di marchio specifico per il tessile che ricostruisca la tracciabilità del prodotto: un marchio e un concetto che permettono al consumatore di comprendere che il prodotto è stato confezionato in zona che rispettano l’ambiente, la qualità e il lavoro e dove il prezzo è la conseguenza di queste tre caratteristiche. Insomma per conoscere il background di ciò che si compra.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it