



# IL GIORNALE DI VICENZA



HOME

Il Giornale di  
Vicenza Clic  
Archivio  
Informazioni  
Iniziative  
Scrivici



Almanacco  
Cinema  
Il Santo  
Proverbio  
Oroscopo  
La Borsa  
Meteo  
Le Lettere dei  
Lettori



Cronaca Provincia Economia Cultura Spettacoli Sport

Giovedì 11 Marzo 2004

Le linee d'azione del nuovo direttivo di Uniontessile

## ■ Comunicazione e coesione contro la crisi del tessile

«L'esperienza del Made in Italy non può essere abbandonata»

"Comunicazione e coesione". Puntando l'attenzione su queste due concetti chiave, Ivo Spanev della Vecotex di Schio, ha dato inizio al suo mandato presidenziale alla guida di Uniontessile Vicenza, cogliendo il testimone dalle mani di Filippo De Marchi. «Il settore sta vivendo un momento difficilissimo? ha ribadito il neo eletto? ma non vogliamo limitarci ad ascoltare passivamente "cassandre" che in questo periodo si stanno facendo sentire da più parti. Nel tessile-abbigliamento Italy c'è un tale bagaglio di esperienza e tradizione, di capacità creativa e tecnica, di innovazioni sperimentazione, che non può andare gettato dalla finestra con questa facilità». «Il nostro invito è avvicinarci di più fra noi imprenditori meglio ed essere più coesi. Ciò significa prender anche grandi differenze interne al settore, per tipologia di prodotto e servizio offerto e, sulla base di progettare interventi mirati per gruppi omogenei. In questo senso, crediamo molto nel progetto veneto del Sistema moda, in via di istituzione in queste settimane».

«Saranno sempre più strategici, in particolare per le aziende medio-piccole, i consorzi e i gruppi - spiega Spanevello - perché solo con alle spalle un'organizzazione a grande scala potremo mettere in campo azioni promozionali verso l'estero in grado di aprire nuovi mercati. Anche il livello personale però fare la sua parte: è opportuno che il Governo consideri l'opportunità di una diminuzione delle aliquote mentre sul piano commerciale è necessario da un lato favorire tutte le azioni per una concreta difesa del made in Italy, dall'altro fare in modo che anche a livello europeo ci sia maggior consapevolezza del valore del settore. Per non parlare della necessità di esercitare il massimo controllo sui prodotti da paesi Extra Ue, incentivando la lotta alla contraffazione e promuovendo un'etichettatura coerente e coerente alla sua origine».

E per la difesa del made in Italy la Italian.Moda.com di Como ha messo a punto il Servizio Tutela: permette la concreta tutela e valorizzazione dei prodotti italiani nel mondo. Il sistema è stato studiato per andare incontro alle esigenze dei produttori italiani che spesso si trovano a fare i conti con prodotti "copiati" da una concorrenza sleale. Con True Italy ogni prodotto viene reso identificabile e tutelato in modo da ridurre drasticamente ogni possibilità di contraffazione e clonazione. Ne consegue che il consumatore finale ha la possibilità diretta di verificarne la sua autenticità. Ogni prodotto tutelato True Italy viene infatti associato ad un cartellino su cui è riportato un codice di autenticità.

© Copyright 2003, Athesis Editrice S.p.A. - Tutti i diritti riservati - [Credits]