

8 Settembre 2014

Teatro Verdi Santa Croce sull'Arno

Al via un nuovo progetto che coinvolge le aziende conciarie che utilizzano i coloranti e gli acquirenti del prodotto finito. **Madeincolours**, questo il nome alla base del progetto, sarà presentato a Prato (18 settembre, ore 10, Unione Industriale Pratese), Santa Croce sull'Arno (23 settembre, ore 10, Teatro Verdi) e in altre zone strategiche (Lombardia, Veneto, Marche), prima di sbarcare in UE.

Il CEO **Michela Kahlberg** si propone come principale obiettivo "quello di creare un dialogo chiaro e diretto tra **le aziende che colorano all'interno della Comunità Europea e chi acquista il prodotto finale**, informando il consumatore attraverso campagne informative, di sensibilizzazione, pubblicitarie ed un'etichetta parlante che tracci le varie fasi produttive, sulla nostra industria e sulle caratteristiche del prodotto che sta acquistando".

Proseguendo nell'analisi, Michela Kahlberg continua affermando quali sono gli obiettivi di **madeincolours**:

- coinvolgere un vasto gruppo di aziende che colorano in Europa (tintorie, stamperie, concerie, rifiniture, cartiere, industrie del legno, degli inchiostri, della plastica, ecc.) che usano coloranti e/o pigmenti organici e si impegnano al rispetto delle normative vigenti (punto di partenza almeno 1000 aziende nei vari comparti e nelle varie nazioni, partendo chiaramente dall'Italia);

- avviare una campagna europea, prima di sensibilizzazione e poi pubblicitaria, che giochi principalmente su due fronti:

- 1/ la sicurezza del consumatore e la tutela dell'ambiente (il regolamento REACH e tutte le normative europee e nazionali cui le nostre aziende devono sottostare);

- 2/ la sensibilizzazione del consumatore finale circa la nostra industria, fatta di tanti, piccoli, artigiani specializzati che stanno soccombendo oggi di fronte alla concorrenza dei paesi extra europei, che non devono invece sottostare alle stesse nostre regole e dove quindi non è garantita la sicurezza dei consumatori e la tutela dell'ambiente e dove i costi sono diversi dai nostri. Sottolineare che grazie a questo comparto produttivo possiamo creare posti di lavoro, invece che continuare a perderli, possiamo rilanciare la nostra economia e quindi i nostri consumi, il tutto tutelando l'utilizzatore finale a prezzi comunque molto competitivi, perché non sono i nostri artigiani a far lievitare i prezzi dei prodotti finiti bensì tutto quello che c'è nel mezzo.

- promuovere e far conoscere il nuovo marchio collettivo madeincolours (etichetta apposta sulla confezione e/o sul capo/prodotto finito con codice a barre dedicato al produttore per la sua tracciabilità e numero digitale in formato QR dedicato al consumatore, leggibile anche con smartphone) che verrà concesso in uso ai membri del gruppo madeincolours e che poi seguirà il substrato colorato lungo tutta la catena produttiva fino all'articolo finito, per dar modo al consumatore, una volta in negozio, di capire dove è stato colorato quel tessuto, quel pellame, quella carta, quel mobile...ed avere informazioni al riguardo, tracciandone la storia.

L'obiettivo è partire dalla base e arrivare ai consumatori finali, informando, sensibilizzando e portando noi le realtà che oggi sono nel mezzo (che di fatto sono quelle che oggi hanno il potere della comunicazione e di imporre le loro regole, riducendo i loro costi e delocalizzando le produzioni) a tornare a produrre in Italia/in Europa, incentivando e sostenendo la nostra industria, il vero made in Europe.