

¿Qué significa ‘Made in Spain’?



Cristina ha ido esta tarde de compras. Un jersey verde llama su atención y, tras mirar el precio en la etiqueta que cuelga de la manga, rebusca en el interior de la prenda una segunda etiqueta para ver cómo se lava. Junto al 100% algodón, Cristina lee *Made in Spain*. Este lema le lleva a imaginar que la prenda la ha confeccionado un grupo de operarias en una fábrica en España, lo que desconoce es que no tiene porqué ser así.

¿Qué quiere decir que un producto sea *Made in Spain*? ¿Bajo qué condiciones puede introducirse esta marca en las etiquetas de las prendas de vestir y el calzado? ¿La regulación es clara y efectiva y hacia dónde avanza?

Modaes.es elabora una serie especial, patrocinada por Marcelo Vilá, para abordar en profundidad el fenómeno *Made in Spain* con el objetivo de analizar las cuestiones fundamentales que sobrevuelan esta tendencia. Las iniciativas en países como Estados Unidos o Francia, las magnitudes de la producción de moda en España, los pros y contras de la producción en proximidad y la opinión de los consumidores y las empresas son algunos de los aspectos que se abordan en la serie de reportajes.

Qué significa Made in Spain

Para que en la misma etiqueta que indica la composición de una prenda se pueda leer *Made in* al menos dos de los procesos de su producción deben haberse hecho en España. Así lo indica la normativa europea, que en todo caso no obliga a los fabricantes a etiquetar el origen.

España fue uno de los países que reivindicó en 2005 ante la Comisión Europea que fuera obligatorio etiquetar el origen de los artículos que se distribuyen en la UE, al considerar que a ojo de los consumidores la procedencia de una prenda puede influir en su decisión de compra. Las industrias españolas del textil, la confección y el calzado fueron algunas de las que hicieron presión en este sentido al defender que los productos fabricados en España tienen más calidad que los que proceden de otros países de costes más bajos y justifican así su precio más elevado.

Calidad y seguridad son los estandartes de los defensores de la obligatoriedad del *Made in*. En cambio, los contrarios a la imposición llaman al libre mercado y argumentan que especificar el origen no es un dato determinante para la decisión de compra del consumidor.

El Made in frente a la competencia asiática

La demanda de obligar a etiquetar en origen se inició en 2005, coincidiendo con la supresión de las cuotas a la importación de todo tipo de artículos textiles, prendas de vestir y calzado. Países con fuertes estructuras industriales, como España, Portugal o Italia, exigieron a la Comisión Europea la necesidad de etiquetar los artículos de fuera de la comunidad con el país de origen como prueba de calidad y seguridad ~~hacia~~ el consumidor.

Ante tal petición, los países que iniciaron su deslocalización industrial ya en las décadas de los sesenta y setenta, como Alemania o Reino Unido, pusieron el grito en el cielo. El enfrentamiento fue de tal calibre que imposibilitó cualquier acuerdo de mínimos.

La cuestión del *Made in* quedó en *stand by*, lo que *de facto* supone una victoria de los contrarios a la obligatoriedad, hasta que en 2011 volvió a tomar fuerza a raíz del reglamento sobre el etiquetaje de la composición de las materias primas, que aprobó por mayoría el Parlamento Europeo y en el que se recogía una declaración a favor de indicar el origen. El reglamento consideraba que el consumidor europeo precisa de esta información para su decisión de compra, que en otros países, como Estados Unidos, Japón o Canadá, sí es obligatorio dar.

El órgano ejecutivo comunitario sí es partidario de legislar a favor de la calidad y de la composición de los artículos que se comercializan en los países de la Unión Europea, pero las presiones de los *lobbies* de la distribución ganan el pulso en echar atrás cualquier propuesta que obligue a especificar el origen de los artículos.

A pesar de ello, patronales industriales como las del calzado en España o en Italia, que tienen el *Made in* como una reivindicación histórica, observan con gran optimismo cualquier paso que la Comisión Europea da sobre esta cuestión, al ser una batalla que parecen tener perdida desde el principio.

Norte contra sur

El *Made in* divide Europa. Cada vez que la Comisión Europea incluye la cuestión del etiquetaje del origen en su agenda, el *lobby* de la distribución del norte y el *lobby* de la industria del sur toman posiciones para el enfrentamiento. Al final, todo queda en agua de borrajas. Después de una década a vueltas con el *Made in*, Bruselas todavía no ha dictaminado nada en firme al respecto.

Los países europeos productores, aquellos que concentran todavía procesos industriales de la cadena de valor del textil, la confección y el calzado, continúan defendiendo la necesidad de que todos los artículos que se distribuyan en la Unión Europea incorporen una etiqueta en la que se especifique el país en el que se ha realizado.

Por el contrario, los países europeos que son sede de grandes grupos de distribución, aquellos que deslocalizaron hace años todos los procesos productivos del textil, confección y calzado, prefieren obviar la cuestión aduciendo a la imposibilidad de poner puertas al campo en una industria globalizada.

España, país con tradición en la producción de textil, confección y calzado, no empuña una voz única en la cuestión del *Made in*. El **Consejo Intertextil Español (CIE)** se acerca a las posturas del *lobby* norteño de la distribución y exige que etiquetar el origen no sea algo obligatorio. Con esta posición, la agrupación empresarial española del textil y la confección se desmarca de la patronal europea del sector (**Euratex**), que sí defiende su obligatoriedad.

La **Federación de Industrias del Calzado Español (Fice)**, por su parte, reivindica que Bruselas legisle a favor de la obligatoriedad de etiquetar la procedencia de los artículos que se distribuyen en la Unión Europea, en sintonía con su patronal europea. Aun así, en el ámbito del calzado, la asociación española de importadores y exportadores (**Adical**), es totalmente contraria al *Made in*, e incluso llegó a sumarse a la asociación europea de minoristas de moda (**Aedt**, en sus siglas en inglés), uno de los principales *lobbies* de la distribución, para hacer presión.

La presión del *lobby* industrial del sur obligó a la Comisión Europea a incorporar el debate sobre la obligatoriedad del *Made in* en su agenda para 2013, después de comprobar que no tenía previsto legislar sobre ello en este año en curso. A regañadientes, la Comisión cedió y, a principios de año, lanzó la propuesta de incluir la obligatoriedad del *Made in* en la normativa de Seguridad de los Productos. Bruselas abrió así de nuevo la puerta a indicar el origen de la mercancía y los datos de identificación del fabricante con el propósito de tener informado al consumidor y proteger sus derechos.

La pelota está ahora en el tejado del Parlamento Europeo. Una vez la cámara baja europea de luz verde a la obligatoriedad del *Made in*, la cuestión regresaría de nuevo a la Comisión. En caso de que llegase a aprobarse, la legislación sobre el etiquetaje del origen no llegaría a implantarse hasta 2015. Sin embargo, fuentes cercanas a la negociación aseguran que la cuestión del *Made in* permanece actualmente bloqueada.