

**Ponti (Italia del Gusto): eccellenze italiane a rischio negli Usa. Il governo si muove per difendere l'export del settore**

## Dazi, agroalimentare in allarme per le mosse di Trump

DI ANGELA ZOPPO

**N**on è ancora allarme rosso, ma la preoccupazione c'è. Col ritorno di Donald Trump alla Casa Bianca, tra gli operatori italiani dell'agroalimentare si riagita il timore che possano tornare i dazi, gli stessi applicati nel 2018-19 durante la sua prima presidenza. «All'epoca arrivarono come una ritorsione in risposta alla guerra commerciale tra il colosso dell'industria aeronautica Usa, Boeing, e il gruppo europeo Airbus», ricorda Giacomo Ponti, presidente di Italia del Gusto, il primo consorzio privato di eccellenze del settore alimentare e vinicolo italiano. «Oggi che le guerre sono ben altre e si vedono spiragli di pace, ci auguriamo che Trump si concentri su questi temi prioritari e non si lasci prendere la mano dai dazi». La minaccia è considerata comunque concreta e da non sottovalutare, soprattutto considerando il volume di esportazioni italiane verso gli Stati Uniti, che rappresentano il secondo mercato di riferimento per i prodotti Made in Italy, per un valore di 3,5 miliardi di euro, vini esclusi. «Gli americani sono secondi solo ai tedeschi nell'apprezzare e acquistare i nostri prodotti. Ma non nascondiamoci che ci sono anche lobby che vogliono ostacolare i prodotti italiani a vantaggio dei propri, e spingono per aumentare le tariffe doganali in nome di un sistema protezionistico ormai superato dal libero mercato. I dazi comporterebbero un aumento dei costi per i consumatori d'oltreoceano, riducendo l'appeal dei nostri prodotti e facendo scendere la domanda», sottolinea Ponti. «Non possiamo permetterci che accada. Ci sarebbe un effetto a catena che colpirebbe produttori e fornitori». Nella prima presidenza Trump a subire i contraccolpi maggiori furono in particolare formaggi e latticini e oli, con mancati introiti per centinaia di milioni.

Se si parla di contromisure, però, il presidente di Italia del Gusto am-

mette che ci si può solo affidare all'azione del governo. «Da parte

nostra ci sarebbe poco da fare. Le soluzioni non sono sempre applicabili. Per esempio», sottolinea Ponti, «un'idea potrebbe essere quella di aprire negli Usa qualche linea di produzione, ma sa-

rebbe, per forza di cose, limitata a pochi prodotti. Specialità tipicamente territoriali, come il Parmigiano Reggiano, il Grana Padano e l'aceto balsamico di Modena non possono essere replicate altrove. Diventerebbero un'altra cosa, lo vediamo anche in Europa dove altri Paesi provano goffamente a imitarli. Pensiamo al caso Parmesan».

Che fare allora? La strada è quella di reagire prendendosi altre fette di mercato. «Le nostre imprese sono pronte a innovare e a diversificare l'export per garantire la competitività del Made in Italy nel mondo, questa è una strategia valida in ogni caso», spiega Ponti. «Il gusto, come dico sempre, non dorme mai. Siamo forti della qualità dei nostri prodotti, riconosciuti e apprezzati in tutto il mondo e questa consapevolezza deve guidarci in tempi di incertezza. Nel frattempo possiamo solo augurarci che i dazi non siano in cima all'agenda di Trump, che oggettivamente ha molti fronti geopolitici da gestire prima di pensare ai prodotti alimentari italiani ed europei. Voglio essere ottimista: la pace stessa, se davvero si chiudessero i conflitti Russia-Ucraina e Israele-Hamas, farebbe bene al made in Italy. Se c'è un clima di ritrovata serenità, i consumi aumentano». (riproduzione riservata)



Giacomo Ponti

