

I PRODOTTI

Olio, formaggi, vino
Cosa può cambiare
per il made in Italydi **Capozucca, Chiesa**
e **Jattoni Dall'Asén** a pagina 11

I PRODOTTI MADE IN ITALY PIÙ COLPITI

di **Emily Capozucca, Fausta Chiesa, Valentina Iorio,**
Massimiliano Jattoni Dall'Asén

Gli Stati Uniti sono il terzo partner commerciale del nostro Paese dopo la Germania (12 per cento) e Francia (10 per cento). Nel 2024, le esportazioni italiane verso gli Usa hanno raggiunto circa 73 miliardi di euro, un valore cresciuto progressivamente dal 2013, secondo *lavoce.info*. L'annuncio del presidente statunitense Donald Trump la sera del 2 aprile (le 22 ora italiana) di imporre nuovi dazi del 20 per cento nei confronti dell'Unione Europea secondo le stime di Bruxelles e sulla base degli attuali flussi commerciali colpiranno il 70% delle esportazioni europee per un incasso statunitense di

81 miliardi di euro. Che cosa accadrà al made in Italy? A soffrire maggiormente saranno i settori più vocati all'export e che hanno oltre Oceano uno dei principali mercati di sbocco. Dal vino all'olio di oliva per il quale gli Usa sono il primo Paese di esportazione dell'extravergine italiano, all'industria delle conserve di pomodoro, ai formaggi italiani che vendono negli Usa il doppio di quelli francesi e generano 486 milioni di fatturato. E prodotti Dop che non sono delocalizzabili come il prosciutto di Parma, che può essere prodotto solo all'interno della zona tipica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Assolatte

DS6901

Formaggi italiani
già penalizzati nel 2019
Ora il dazio sul pecorino

Arrivano nuove tariffe doganali sui formaggi italiani, dopo i dazi imposti nel 2019. Con le misure annunciate da Trump il 2 aprile, fa sapere Assolatte, anche il pecorino, finora rimasto esentato, sarà penalizzato con un dazio del 20%, mentre subiranno rialzi mozzarella, burrata, ricotta e mascarpone, che passano dal 10 al 30%, il provolone (dal 15 al 35%) e il gorgonzola (dal 20 al 40%). «Siamo preoccupati — dichiara il presidente dell'associazione Paolo Zanetti — perché l'Italia è il primo Paese al mondo per export di formaggi verso gli Stati Uniti con 40.867 tonnellate, quasi il doppio dei francesi, e per le imprese italiane gli Usa sono la prima destinazione extra europea con 486 milioni di euro di valore dell'export. Questi dazi aggiuntivi costeranno caro in valore assoluto visto che nel 2019 i formaggi costavano la metà rispetto a oggi». Diversificare in altri mercati? «Gli Usa sono il terzo mercato di sbocco dei formaggi italiani dopo Francia e Germania: non è pensabile sostituirli. Serve un negoziato pacato, quel mercato è fondamentale».



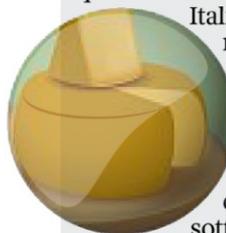
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Parmigiano Reggiano

DS6901

L'America vale il 22,5%
Con le nuove tariffe
il prezzo sale a 59 dollari

Gli Stati Uniti sono il primo mercato estero del Parmigiano Reggiano, pari al 22,5% della quota export totale. «Nel 2024 sono state esportate oltre 16.000 tonnellate, con un aumento del +13,4% sul 2023», ricorda il presidente del Consorzio del Parmigiano Reggiano Nicola Bertinelli. «Prima di questo aumento, il formaggio Dop di 24 mesi, che in Italia viene oggi venduto a circa 15 euro/kg, negli Usa finiva sugli scaffali con un prezzo medio di circa 50 dollari al kg (44 euro/kg). Con i nuovi dazi aggiuntivi, lo stesso verrà venduto a circa 59 dollari al kg (52 euro/kg)», spiega Bertinelli. «Lavoreremo per cercare con la via negoziale», prosegue sottolineando la necessità di fare capire che «non ha senso applicare dazi a un prodotto come il Parmigiano che non è in reale concorrenza con i parmigiani americani». Come alternativa ai dazi, il Consorzio sostiene la collaborazione tra Italia e Stati Uniti basata sul reciproco riconoscimento delle eccellenze e intende lavorare su questo con le istituzioni, le associazioni e le imprese statunitensi.



© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il consorzio Oliveti

Olio, a tavola le abitudini
degli statunitensi
potrebbero cambiare

Idazi annunciati da Trump preoccupano anche l'industria dell'olio. «Gli Usa sono il primo Paese di esportazione dell'extravergine italiano. Su 3 miliardi di euro di esportazione nel 2024, circa 1,1 miliardi sono frutto degli scambi con l'America» ha spiegato Nicola Ruggiero, presidente del Consorzio Oliveti d'Italia. «Fatturiamo mediamente 15 milioni l'anno e per fortuna siamo poco sbilanciati verso gli Usa poiché non produciamo tutta la gamma di oli ma solo l'extravergine di alta fascia» ha aggiunto Ruggiero. «I prodotti Dop e Igp pur rappresentando solo il 4-5% di media nazionale, è quella che sta crescendo di più nell'export».



Probabilmente «ci sarà una battuta d'arresto iniziale ma non sappiamo come reagiranno i consumatori americani. Molti comprano l'extravergine d'oliva per motivi salutistici. Il rischio è che vengano messe in discussione abitudini alimentari che stanno cambiando, per via di problemi alimentari noti. L'America ha interesse a spingere sugli oli di semi, essendone il più grande produttore mondiale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Conservenze di pomodoro

Pelati e passate,
il 15% di export negli Usa
E la tassa cresce al 32%

La pasta al pomodoro? A New York costerà di più. Sulle conserve del made in Italy le tasse doganali aumenteranno. I dazi già esistenti al 12% dovrebbero salire al 32% (con il 20% in più annunciato da Washington). «Il 60 per cento delle conserve di pomodoro prodotte in Italia — spiega Giovanni De Angelis, direttore generale di Anicav, l'Associazione Nazionale Industriali Conserve Alimentari Vegetali nata a Napoli nel 1945 — sono vendute all'estero per un valore di tre miliardi su 5,5 miliardi di fatturato del settore. Gli Stati Uniti rappresentano una fetta importante, con il 15% dell'export extra-europeo. La qualità dei nostri pelati, passate e polpa pronta riesce a battere l'Italian sounding e i prodotti americani della California e stiamo crescendo bene anche con i sughi pronti al pomodoro. Ma l'aumento dei prezzi provocato dai dazi rischia di far ricadere la scelta dei consumatori americani su conserve più convenienti. C'è grande apprensione, ma confidiamo in un'azione forte ma prudente da parte della Ue a tutela delle nostre imprese».



© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il settore negli Stati Uniti

DS6901

Vino e alcolici,
450 mila lavoratori
L'impatto sulle scorte

«Il comparto degli alcolici tra Stati Uniti e Italia sostiene circa due milioni di posti di lavoro — ha affermato Chiara Soldati, presidente di Casa Federvini —. Il fatturato del commercio tra Usa e Ue ha registrato, tra il 1997 e il 2018, un aumento del 450%, raggiungendo un valore di 200 miliardi di dollari. Tuttavia, tra il 2018 e il 2021, con l'introduzione dei dazi sugli spirits verso l'Ue, le esportazioni di liquori italiani hanno subito un calo del 41%». Questo scenario potrebbe ripetersi oggi. Il settore vale oltre 2 miliardi in esportazioni verso gli Usa. «Solo in Italia, il comparto impiega 450.000 lavoratori, senza contare l'indotto legato al vino e al confezionamento». L'impatto economico è significativo anche per il tempismo dell'introduzione dei dazi che avviene durante il cambio di annata, quando gli importatori fanno scorte di magazzino. «Questo potrebbe portare a recessi contrattuali e a una riduzione delle esportazioni. La presidente von der Leyen ha aperto un canale di dialogo e il pacchetto di contromisure è quasi definito, ma una guerra commerciale non è la soluzione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



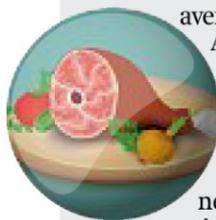
Parma e San Daniele

DS6901

Spediti oltreoceano
800 mila prosciutti,
a rischio le filiere

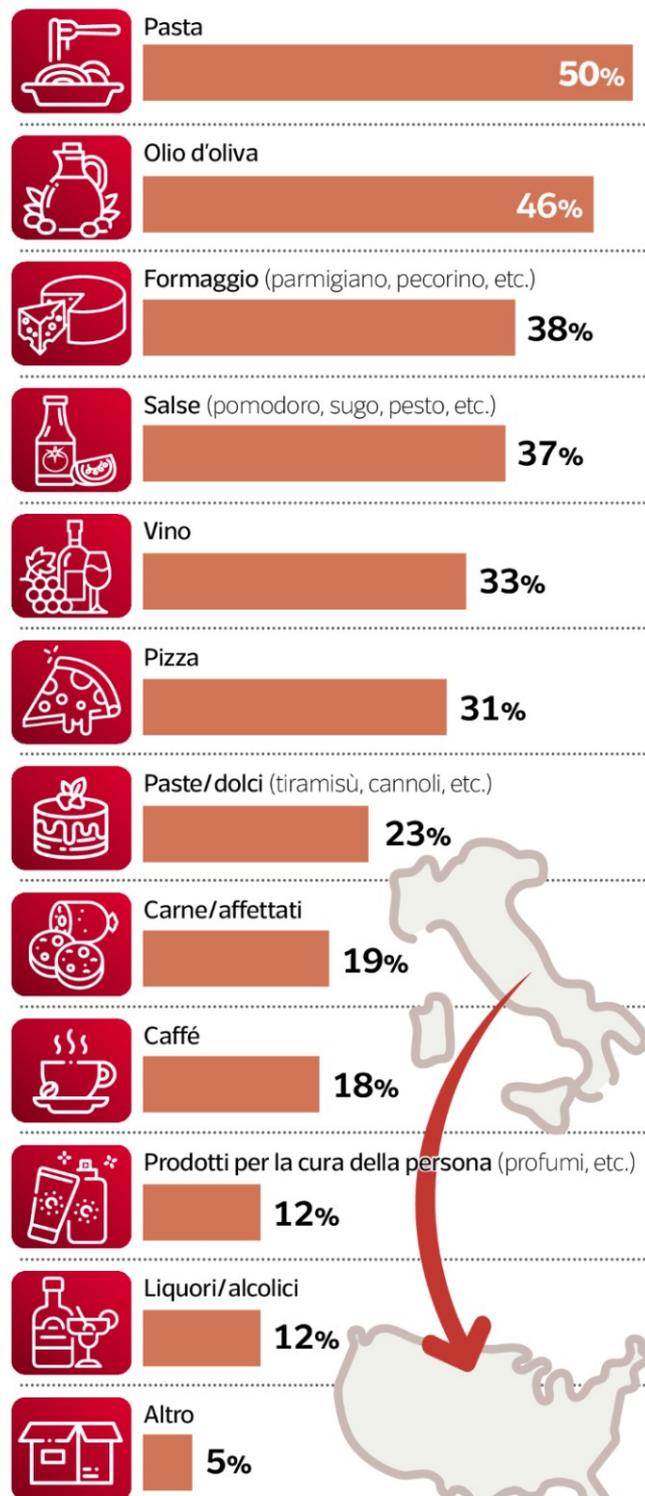
Nel 2024, al mercato Usa sono stati destinati 800 mila prosciutti di Parma, ovvero un terzo della quota export totale, generando un fatturato di 100 milioni di euro. Cifre davvero considerevoli, se si pensa che 15 anni fa il numero di prosciutti esportati negli Stati Uniti era circa la metà. «Penalizzare la commercializzazione del nostro prodotto rischia di avere conseguenze impattanti», spiega Alessandro Utini, presidente del Consorzio del Prosciutto di Parma. «Un prodotto come il nostro, che gode della Denominazione di Origine Protetta, ha un legame indissolubile con il suo territorio, non è delocalizzabile in nessuna fase della sua lavorazione. Il prosciutto di Parma può essere prodotto solo all'interno della zona tipica. Limitarne l'ingresso sul suolo statunitense, attraverso condizioni commerciali sfavorevoli», prosegue Utini, «non può in alcun modo favorirne una produzione locale, come vorrebbero le logiche dei dazi. La conseguenza sul piano dei consumi sarà quella di penalizzare le scelte di acquisto di tanti clienti d'oltreoceano».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Il Made in Italy per le famiglie americane



Fonte: YouGov per Centromarca

CdS