

# Made in Italy, con i dazi imitazioni in aumento di un miliardo negli Usa

Mi.Ca.



Se alla fine i dazi americani dovessero in qualche modo arrivare a colpire il cibo e le bevande italiane, faranno aumentare di quasi 1,1 miliardi di euro il giro d'affari dell'Italian sounding negli Stati Uniti. Le previsioni sono firmate The European House-Ambrosetti, che le presenterà venerdì a Bormio nel corso della nona edizione del forum Food&Beverage.

Oggi negli Usa i prodotti agroalimentari che, attraverso nomi o immagini, evocano il made in Italy senza essere stati realizzati in Italia incassano 7,5 miliardi di euro l'anno. Che, per effetto dei dazi, salirebbero dunque del 15%, a 8,6 miliardi. «Dei 7,8 miliardi di euro complessivi che l'Italia esporta negli Usa - spiega Valerio De Molli, managing partner e Ceo di The European House-Ambrosetti - oltre 6 miliardi di euro rappresentano prodotti che non hanno alternative sul mercato statunitense, e perciò sono difficilmente sostituibili dai produttori di finto made in Italy. Se questo può essere un vantaggio in termini di impatto sulle esportazioni, qualora i dazi dovessero entrare in vigore faranno crescere l'Italian Sounding, un mercato che colpisce soprattutto i prodotti non sostituibili».

Gli eventuali dazi americani, calcola ancora il think tank, potrebbero generare una riduzione potenziale di 1,3 miliardi di euro di export italiano di food, considerando sia lo sforzo di revisione temporanea dei margini da parte delle aziende italiane, sia la diminuzione della domanda. All'interno dell'Ue il nostro Paese sarebbe il più esposto all'effetto dei dazi, anche perché gli Stati Uniti sono per noi il secondo Paese per esportazioni di cibi e bevande dopo la Germania (10,8 miliardi di euro). Per la Francia il peso dei dazi sarebbe di 1,1 miliardi di euro, per la Spagna di 0,7 miliardi e per la Germania di 0,5.

Nel mondo, sostiene De Molli, l'Italian sounding oggi vale 69 miliardi di euro, «uno in più rispetto all'export agroalimentare italiano. Ciò significa che riducendo le

imitazioni l'export agroalimentare del nostro Paese potrebbe anche raddoppiare, specie negli Stati Uniti». Secondo altre stime, per esempio quelle della Coldiretti, il valore delle imitazioni di cibo italiano nel mondo sarebbe invece di 120 miliardi di euro, ben più alto.

Il finto made in Italy però non è un fenomeno soltanto americano. Secondo The European House-Ambrosetti, per esempio, sugli scaffali dei supermercati giapponesi e brasiliani solo 3 prodotti su 10 che evocano l'Italia provengono davvero dall'Italia. In Germania, Regno Unito e Stati Uniti, invece, l'Italian Sounding rappresenta tra il 60 e il 67% dei prodotti tipici venduti sugli scaffali come italiani. Il finto made in Italy viaggia poco sopra il 50% nei Paesi Bassi, in Cina e in Australia, mentre sono poco sotto il 50% le imitazioni dei prodotti italiani venduti nei supermercati di Canada e Francia.

I prodotti più contraffatti sono, nell'ordine: ragù, parmigiano e grana, aceto balsamico, pesto, pizza, prosciutto, pasta di grano duro, prosecco e salame. A rendere le imitazioni più appetibili dei prodotti italiani originali sono i prezzi più bassi, a volte anche fino al 70% in meno come succede negli Usa per l'olio di oliva, per la pasta (-54%), per il parmigiano e il grana (-44%) e per i salumi (-40%).

© RIPRODUZIONE RISERVATA