

# L'export agroalimentare cerca la ripresa negli Usa

Emiliano Sgambato

Dal nostro inviato

NEW YORK

«In questo momento bisogna avere il coraggio di non giudicare i numeri in modo asettico e inserirli nel contesto di quello che sta succedendo. I dazi sono stati come un sasso gettato in uno stagno: hanno creato una rottura della linearità e prevedibilità delle variabili a cui eravamo abituati. Così ora stiamo affrontando una volatilità molto importante». È il commento di Matteo Zoppas, presidente di Ice Italian Trade Agency, sulla situazione dell'export dell'agroalimentare in Usa che, dopo il -4,5% del 2025 (a quota 7,5 miliardi), fa segnare nei primi 4 mesi del 2026 un ulteriore -12,8%.

Un quadro tracciato tra i padiglioni del Fancy Food Show di New York, la più importante fiera di settore degli Usa, che si è aperta domenica e chiuderà oggi, dove anche quest'anno l'Italia è il Paese più rappresentato sia in termini di numero di espositori (circa 300) che come area espositiva. «Non si può generalizzare – continua Zoppas – anche perché il totale dell'export made in Italy sta crescendo a doppia cifra qui negli Usa e l'agroalimentare ha registrato +5% nel 2025 nel mondo nonostante le crisi che si susseguono. In questo contesto c'è una parte di agroalimentare che negli Usa sta frenando, soprattutto i vini, che soffrono di un più generale calo dei consumi. In parte il calo era atteso perché i listini vengono aggiornati a inizio anno e perché pesa l'effetto scorte effettuate nei primi mesi del 2025 quando i dazi erano solo stati annunciati. Per capire qual è la reale dinamica bisognerà però aspettare ancora qualche mese. Ma è ora che vanno rafforzate promozione e azioni di sostegno. Una volta perso terreno è molto faticoso riconquistarlo. Le imprese stanno sacrificando i margini per mantenere le posizioni».

Tra gli stand non manca l'ottimismo, misto però a una generale preoccupazione per la situazione di incertezza. «Una volta si veniva qui e si siglavano accordi per tutto l'anno. Se in passato si contrattavano 15 o 20 container, oggi ci si accorda sulle singole spedizioni, perché le regole continuano a cambiare, ora ad esempio si attende di capire cosa succederà davvero a luglio», racconta Gianni Maoddi, presidente del Consorzio Pecorino Romano, che esporta il 40% della produzione negli Usa e che sembrava dover essere tra le vittime predestinate dei dazi. «Invece il 2025 ha chiuso con un piccolo rialzo - dice Maoddi - mentre il 2026 è partito con un -20%». Di un trend simile parla anche Nicola Bertinelli, presidente del Consorzio del Parmigiano Reggiano: «Dopo il segno più del 2025, a gennaio e marzo l'export negli Usa ha fatto segnare -16%, ma a fine maggio il bilancio complessivo era di +2,5%. Ma noi

dobbiamo guardare più lontano. Per il Parmigiano gli Usa sono il grande mercato del futuro. Ora vendiamo qui il 10% della nostra produzione (il 22% dell'export), ma abbiamo l'obiettivo di raddoppiare la quota in otto anni e per questo stiamo facendo importanti investimenti in termini di marketing e di accordi con la distribuzione».

Segno meno invece per il Prosciutto di Parma: «Negli ultimi 12 mesi abbiamo perso il 10% di export, ma partivamo dal livello record di 800mila prosciutti » dice Paolo Tramelli, direttore marketing del Consorzio. Per la Mozzarella di Bufala Campana «il mercato Usa continua ad andare bene, anche grazie al traino della pizza - dicono al Consorzio - il nostro è un prodotto fresco e non risentiamo quindi dell'effetto scorte». Sostanziale stabilità anche per l'Aceto Balsamico di Modena, che esporta il 27% in Usa e in fiera ha messo in mostra una serie di bottiglie-imitazione che fa capire come sia difficile contrastare l'Italian sounding dove le indicazioni geografiche non sono protette. Secondo Coldiretti, che ha aggiornato le stime proprio in occasione del Fancy Food, si tratta di un danno da 40 miliardi solo negli Usa. Resta ottimista il ministro dell'Agricoltura Francesco Lollobrigida, intervenuto all'inaugurazione: «Qui abbiamo portato avanti passi decisivi per la candidatura della Cucina italiana a Patrimonio Unesco. Ora il riconoscimento è una realtà, è "immateriale", ma faremo in modo che dia dei frutti concreti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA