

Spinta ai prodotti made in Italy in Brasile Tajani: vogliamo essere primi nell'export

ORSINI (CONFINDUSTRIA): SERVONO ALLEANZE ALTERNATIVE ZOPPAS (ICE): VENDITE ALL'ESTERO SU DEL 5 PER CENTO

COMMERCIO

SAN PAOLO (BRASILE) Un tavolo permanente tra Italia e Brasile per anticipare i benefici dell'intesa tra Ue e Mercosur e accelerare l'interscambio tra i due Paesi. Nel 2025 il valore dell'interscambio ha superato gli 11 miliardi (5,8 miliardi l'export italiano). Ieri a San Paolo - all'interno della missione organizzata da Confindustria, Farnesina e Ice - il vicepremier Antonio Tajani ha firmato un'intesa con il ministro del Commercio estero e dell'Industria, Márcio Fernando Elias Rosa, un'intesa per riavviare il comitato bilaterale, che si riunirà con tutti gli esponenti istituzionali competenti e «che si occuperà di far crescere le esportazioni tra le due economie».

Nell'arco di un decennio l'accordo commerciale tra la Commissione e i governi del Mercosur taglieranno dazi che nel caso di auto, abbigliamento e alimentari arrivano oggi al 35 per cento. Il risparmio, a regime, per le parti dovrebbe superare i 700 milioni. Ma accanto a queste tariffe ci sono una serie di barriere regolamentari che proprio il tavolo bilaterale dovrà cancellare: cioè licenze preventive, certificazioni tecniche, etichettature, che comportano costi non inferiori a quelli dei dazi. È necessario tagliarle perché, come ha spiegato il presidente di Confindustria Emanuele Orsini, «oggi servono alleanze alternative, non possiamo essere ostaggio di altri Paesi». Tajani si è detto soddisfatto dell'esito della missione, che dopo la prima tappa in Argentina è arrivata ieri in Brasile e che ha registrato tra Buenos Aires e San Paolo oltre 2.600 incontri tra imprenditori italiani e locali, molti dei quali alla guida di Pmi. «Siamo il primo Paese europeo - ha aggiunto il vicepremier - che arriva in America Latina con una delegazione così ampia. Vogliamo crescere ancora di più in Brasile sull'export». Per poi aggiungere che questa strategia ha una forza valenza geopolitica «anche per rendere l'Europa più presente in questa regione», dove invece sono cresciuti Cina e Usa. Secondo l'ad di Simest, Regina Corradini D'Arienzo, «il Sud America si conferma un'area strategica per l'internazionalizzazione del sistema produttivo italiano».

Matteo Zoppas, presidente dell'Ice, vede per le imprese italiane grande opportunità nei settori dell'energia, della transizione, del digitale o della meccanica. «Si stima che l'introduzione dell'accordo del Mercosur possa portare a 14 miliardi il valore dell'export italiano nell'area». Cioè il doppio rispetto ai volumi attuali. «Ma credo - aggiungo che questo numero sia sottostimato - Da inizio dell'anno le nostre vendite all'estero sono

aumentate del 5 per cento. Speriamo di mantenere la stessa proiezione per tutto il 2026». Vorrebbe dire portare il fatturato estero del made in Italy a 670 miliardi, non lontano dall'obiettivo dei 700 miliardi che si è imposto il governo per l'anno prossimo. Il sistema Italia guarda poi, per le commesse, anche alla spinta dei colossi tricolore già presenti in questi Paesi. Tra questi c'è in prima linea Enel, che ha annunciato investimenti per 10 miliardi in tutta l'America Latina nel triennio e che è a più grande utility italiana dell'area dove opera in qualità di operatore integrato. Infatti copre tutta la catena del valore tra produzione di energia elettrica, distribuzione e vendita ai clienti finali.

Francesco Pacifico

© RIPRODUZIONE RISERVATA