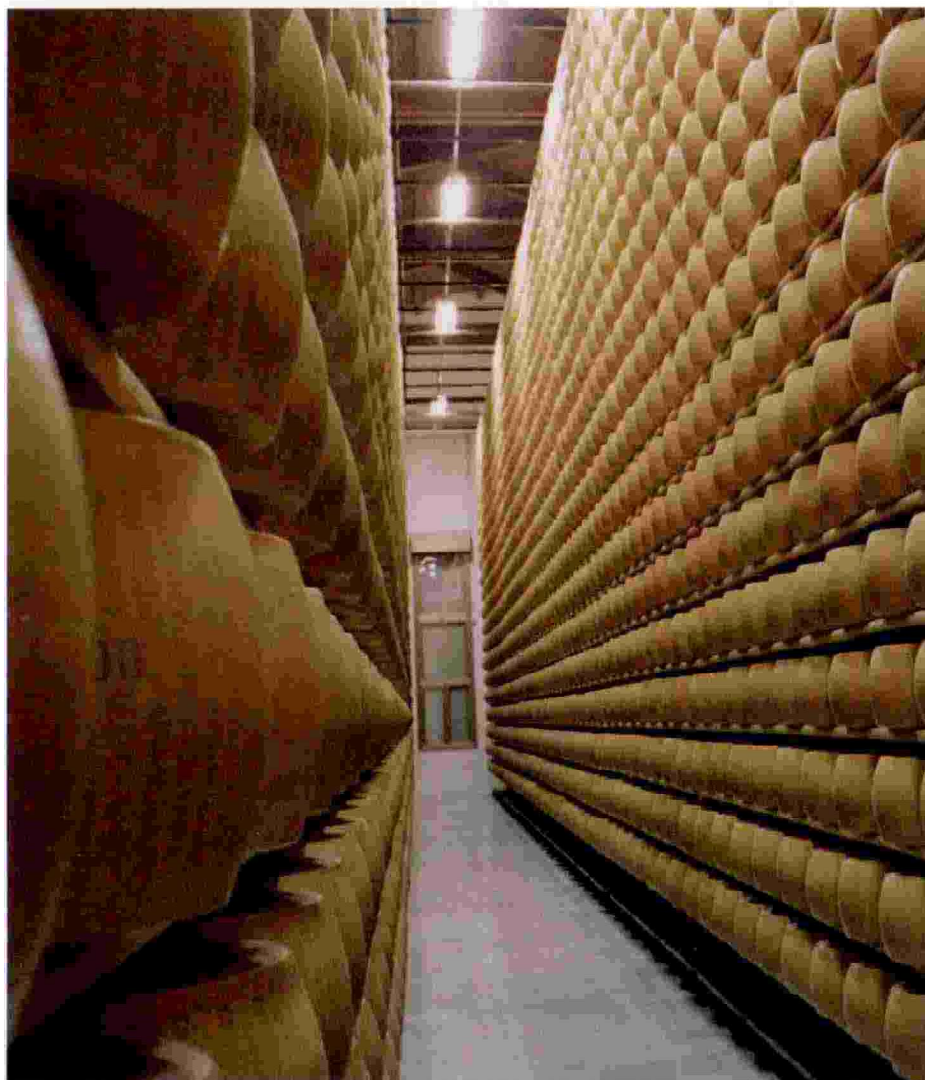


» CONSORZI & DOP

Pronti a ripartire con più sprint

LE VENDITE DI FORMAGGI TUTELATI HANNO RESISTITO ALLA PANDEMIA, SIA ALL'ESTERO CHE IN PATRIA. I BILANCI E I PROGETTI DEI CONSORZI, IN EQUILIBRIO TRA RISPETTO DEI DISCIPLINARI E INNOVAZIONI NORMATIVE

Chiara Cammarano



Un corale sospiro di sollievo è arrivato dai consorzi delle principali Dop casearie italiane. A partire dallo scorso 11 marzo sono infatti state sospese per almeno quattro mesi tutte le tariffe relative alla controversia Airbus-Boeing, con l'obiettivo di giungere a una sua risoluzione e rinnovare l'alleanza tra Stati Uniti e Ue. **La decisione elimina quindi fino al prossimo luglio i dazi aggiuntivi del 25%** (oltre al 15% già attivo in precedenza) che dall'ottobre 2019 gravavano su molti prodotti e, in particolare, **sulle nostre Dop casearie del Parmigiano Reggiano, Grana Padano, Gorgonzola, Asiago e Provolone**. "In un anno - informa Assolatte - sono stati persi più di 60 milioni di euro di fatturato verso gli Usa. Ai super dazi e alla chiusura del canale Ho-reca per il Covid, si sono associati il deprezzamento del dollaro e l'aumento dei costi di nolo. Un mix esplosivo che ha prodotto un effetto drammatico sulle vendite negli Usa, con cali a due cifre per i grandi formaggi più esportati: -22% a valore per Grana Padano e Parmigiano Reggiano, -16% per il Provolone, -28% per l'Asiago e -13% per il Gorgonzola". L'auspicio è naturalmente che si riesca a giungere a un accordo definitivo e che quindi i dazi non saranno comunque ripristinati. Nel frattempo gli importatori cominciano a fare scorta nei magazzini. "Ci sono le condizioni per un nuovo record storico dell'export agroalimentare italiano negli Stati Uniti - afferma Ettore Prandini, Presidente di Coldiretti -. Con l'avanzare della campagna di vaccinazione Oltreoceano, infatti, iniziano a riaprire anche i ristoranti, che rappresentano un mercato di sbocco determinante per i produttori italiani". Sarà comunque difficile per le imprese esportatrici recuperare gli spazi e il tempo perduto. L'effetto principale che le tariffe hanno avuto sul mercato dei formaggi italiani s'è visto certamente sui volumi, ma molto di più sul valore dei formaggi stessi e sull'inserimento nel mercato di nuove referenze. ■

© Riproduzione Riservata

089504