## XVIII LEGISLATURA

## CAMERA DEI DEPUTATI COMMISSIONE XIII AGRICOLTURA

## **AUDIZIONI INFORMALI**

Nell'ambito della discussione congiunta delle risoluzioni 7-00325 Incerti, 7-00335 Maglione, 7-00345 Luca De Carlo e 7-00355 Golinelli: Iniziative a tutela del comparto agroalimentare a fronte dell'aumento dei dazi doganali deliberato dalle autorità statunitensi

## **DOCUMENTI DEPOSITATI**

Marteal 22 ottobre 2019		
Agrinsieme	pag.	1
Mercoledì 23 ottobre 2019 Federvini	pag.	8
Mercoledì 23 ottobre 2019		
Confartigianato	pag.	17
ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese		
italiane	pag.	26
Unione italiana vini (UIV)	pag.	91
Martedì 5 novembre 2019		
SACE-SIMEST S.p.a.	pag.	95
Federalimentare	pag.	108



## Audizione informale

di rappresentanti delle organizzazioni agricole
nell'ambito della discussione congiunta delle risoluzioni 7-00325
Incerti, 7-00335 Maglione e 7-00345 Luca De Carlo, sulle iniziative a
tutela del comparto agroalimentare a fronte dell'aumento dei dazi
doganali deliberato dalle autorità statunitensi

presso

la Commissione Agricoltura della Camera dei deputati

#### INTRODUZIONE

Prima di entrare nel merito della rilevante tematica oggetto dell'odierna audizione, a nome di tutto il coordinamento di Agrinsieme, che riunisce Cia-Agricoltori italiani, Confagricoltura, Copagri e Alleanza delle Cooperative Agroalimentari, si intende ringraziare vivamente l'On. Presidente Filippo Gallinella e tutti i deputati Componenti della Commissione Agricoltura della Camera dei deputati per aver promosso l'odierno confronto su una questione controversa, ma con significative ripercussioni sul primario del nostro Paese, e non solo.

Ci riferiamo ovviamente alla decisione dell'amministrazione statunitense, autorizzata dall'Organizzazione Mondiale del Commercio-OMC ed entrata in vigore alla mezzanotte dello scorso 18 ottobre, di imporre dazi su un ammontare di circa 7,5 miliardi di dollari di esportazioni dell'Unione Europea, fra le quali figurano oltre un centinaio di prodotti agroalimentari comunitari, nonché numerose produzioni di eccellenza dell'agroalimentare nazionale.

Tale decisione, messa in atto attraverso l'introduzione di un'aliquota addizionale del 25% ad valorem, è come noto la reazione americana agli aiuti concessi al consorzio aeronautico Airbus, di proprietà dell'Unione europea e del quale sono partner Francia, Germania, Spagna e Gran Bretagna.

I prodotti agroalimentari nazionali maggiormente colpiti dai nuovi dazi sono i formaggi, destinatari di quasi la metà degli aumenti di aliquota, e tra questi le denominazioni italiane di maggior valore quali ad esempio il Grana Padano, il Parmigiano Reggiano, il Gorgonzola, il Provolone, l'Asiago, la Fontina e il Taleggio; tra le altre produzioni italiane colpite dal provvedimento figurano i salumi (ad eccezione dei prosciutti crudi), le mortadelle, gli agrumi e i liquori; solo per questi ultimi, ad esempio, il dazio del 25% andrebbe a interessare un valore di quasi 167 milioni di dollari, secondo stime Nomisma.

In merito ai salumi, inoltre, mettiamo in evidenza che gli Stati Uniti sono un mercato giovane, chiuso fino al 2015 per barriere sanitarie, nel quale tali prodotti stanno iniziando ad essere introdotti e un aumento dei prezzi in questo momento potrebbe essere di ostacolo. Ricordiamo, inoltre, che i prodotti di carni suine sono soggetti a divieti di importazione in moltissimi Paesi terzi, quali ad esempio Russia e Cina.

Da non tralasciare, poi, i possibili effetti negativi anche sul comparto della frutta, anch'esso toccato dai dazi americani.

Secondo i più recenti dati di ICE-Agenzia il valore dell'export agroalimentare italiano toccato dai dazi addizionali imposti dagli USA è pari a circa 470 milioni di dollari Usa con un maggiore impatto daziario di quasi 120 milioni di dollari, per oltre l'80% concentrato su formaggi e liquori e cordiali (v. tabella a seguire):

Impatto dei dazi addizionali Usa sui prodotti agroalimentari italiani (elaborazioni su dati ICE)

	Valore export milioni di USD	Dazi aggiuntivi milioni di USD	%
Formaggi	228,4	57,1	48,8%
Liquori e cordiali	162,9	40,7	34,8%
Carni lavorate	54,7	13,7	11,7%
Conserve e succhi di frutta	16,1	4,0	3,4%
Frutta	6,0	1,5	1,3%
Altre voci	0,3	0,1	0,1%
Totale	468,5	117,1	100%

I dazi sui nostri formaggi Dop, in particolare, potrebbero avere impatti molto significativi su tutta la filiera lattiero-casearia, anche e soprattutto in relazione ai forti legami che queste produzioni certificate hanno con il sistema degli allevamenti, sia a livello nazionale che territoriale.

Basti pensare, a titolo puramente esemplificativo, alla situazione del Grana Padano e del Parmigiano Reggiano, che congiuntamente valorizzano il 40% di tutto il latte vaccino prodotto in Italia; per quest'ultimo formaggio, in particolare, il dazio è di 6 dollari al chilo e fa sì che il costo totale per il consumatore arrivi addirittura a 45 dollari al chilo.

Nonostante, però, sia apparentemente contenuta, soprattutto se paragonata a quelli di altri nostri competitor europei, la percentuale di prodotto colpito dai dazi, che riguardano una quota relativamente limitata delle esportazioni italiane verso gli Stati Uniti, molto forte è la preoccupazione per i loro effetti indiretti. I dazi, infatti, secondo diverse e numerose stime potrebbero portare addirittura a un crollo dell'export superiore al 20%; oltre agli effetti diretti sui prodotti colpiti, infatti, vanno considerati anche quelli trasmessi attraverso l'interscambio con i nostri partner commerciali dell'area o mediante una revisione dei piani delle imprese.

Agrinsieme ritiene quindi prioritario tenere in debita considerazione le ripercussioni dirette che questi dazi avranno sull'intera filiera e sull'indotto, già pesantemente colpito dalla generale situazione di mercato e dalla difficile congiuntura economica caratterizzata da numerose altre problematiche di carattere commerciale, ma anche le ripercussioni indirette, che ipotizziamo brevemente di seguito.

Un rischio indiretto, ad esempio, è che i dazi americani vadano a creare una luna serie di speculazioni e di ricadute negative assai pericolose non solo sul mercato americano, ma anche nel mercato interno; solo per i formaggi, ad esempio, c'è il rischio che nei vari passaggi dall'esportazione fino al consumatore si innestino ricarichi esponenziali.

Evidenziamo a tal proposito che le aziende italiane che operano all'estero sono già abituate a lavorare con oscillazioni di prezzo, ma i dazi potrebbero comportare un rincaro effettivo sul prezzo finale del prodotto soprattutto per quelle produzioni di seconda lavorazione, ad esempio grattugiato e cubetti, dove sono più diffusi fenomeni legati al cosiddetto *Italian Sounding*.

Un altro rischio indiretto, invece, deriva dal fatto che molti prodotti europei che perderanno quote di mercato negli USA finiranno per essere commercializzati in grandissima parte nel mercato europeo, creando da un lato un eccesso di offerta con conseguente calo dei prezzi, e dall'altro una perdita delle nostre quote di mercato a vantaggio di altri più convenienti.

#### • LA POSIZIONE DI AGRINSIEME

Ribadendo la nostra totale contrarietà, evidenziata ripetutamente e in diverse sedi, alle guerre commerciali, che come risaputo non hanno vincitori né vinti, ma hanno l'unica conclusione di danneggiare tutte le parti in causa, sottolineiamo l'importanza della diplomazia e dei negoziati, con particolare riferimento a quelli che puntino ad accordi bilaterali tra Paesi che tendono a liberalizzare gli scambi, a renderli il più aperti possibile, garantendo interessi reciproci basati su una condivisa regolamentazione del commercio internazionale. Tali attività di diplomazia economica deve fare capo alla Commissione Europea più che ai singoli Stati Membri, i quali da soli avrebbero poco potere contrattuale nei confronti degli Stati Uniti.

In ragione di ciò, e in riferimento al fatto che non è previsto un limite temporale all'applicazione dei dazi, che sono al momento temporanei, riteniamo esistano margini di manovra per ridurne l'impatto.

La lista pubblicata, infatti, è suscettibile di cambiamenti per quanto riguarda la percentuale del valore dei dazi, i prodotti ai quali le tariffe aggiuntive vengono applicate e anche gli Stati membri della UE ai quali viene fatto riferimento; questo sistema viene definito "a carosello" e può essere applicato dalla United States Trade Representative-USTR, ovvero dalla Rappresentanza per il Commercio degli Stati Uniti d'America, in occasione della prima revisione, che è possibile dopo 120 giorni dalla data di entrata in vigore, come anche nelle successive revisioni periodiche, che si tengono ogni 180 giorni. In altre parole, l'Italia ha ancora alcuni mesi per trattare con gli Stati Uniti.

In aggiunta a ciò, segnaliamo che le tariffe daziarie in questione saranno poste sulle merci con riferimento allo Stato membro di produzione, e non di eventuale commercializzazione, ovvero considerando l'origine dei prodotti.

Contiamo quindi sulle parole di parziale apertura recentemente pronunciate dal consigliere economico di Donald Trump Larry Kudlow, il quale in occasione di un incontro tenutosi all'ambasciata italiana a Washington, ha affermato che per l'Italia "non può essere detta l'ultima parola". Condividiamo pienamente, inoltre, l'invito formulato dal Presidente della Repubblica Sergio Mattarella, il quale nella medesima occasione ha evidenziato l'importanza di continuare a lavorare per l'apertura di un confronto collaborativo per evitare ritorsioni reciproche deleterie per le rispettive economie.

Con riferimento all'andamento generale dell'economia, in Italia come in Europa, vale la pena di ricordare che le possibilità commerciali dell'Unione Europea stanno subendo limitazioni sempre più stringenti e limitanti: dopo l'embargo del 2014 decretato dalla Federazione russa, è ormai concreta e alle porte la possibilità che il Regno Unito diventi un vero e proprio Paese terzo; in aggiunta a ciò vanno considerate le difficoltà ad avere rapporti aperti con l'Iran, l'entrata in vigore del TPP, ovvero l'accordo di Partenariato Trans-Pacifico per la liberalizzazione del commercio tra undici paesi dell'area pacifica e asiatica (Australia, Brunei, Canada, Cile, Giappone, Malaysia, Messico, Nuova Zelanda, Perù, Singapore e Vietnam), ma anche la guerra commerciale in corso ormai da tempo tra USA e Cina, che può comportare un aumento dell'offerta sul mercato mondiale di quei prodotti che i due Paesi avrebbero problemi a commercializzare tra loro.

Non possiamo quindi che esprimere preoccupazione per i nuovi dazi USA.

#### • LE PROPOSTE DI AGRINSIEME

Secondo il coordinamento di Agrinsieme, quindi, in materia di politica commerciale in relazione ai dazi decisi dall'amministrazione statunitense, è fondamentale continuare a lavorare per sostenere la politica degli accordi di libero scambio della UE con i Paesi terzi, così da consolidare e ampliare le possibilità di export, come dimostrano attualmente, in particolare, le intese con il Giappone (JEFTA) e con il Canada (CETA); ribadiamo a tal proposito, la stringente necessità a nostro avviso di ratificare tale accordo, che è attualmente in vigore da tempo in via provvisoria.

Parimenti importante è poi ampliare e mirare le azioni di promozione e di informazione attuate dall'Agenzia ICE sul mercato statunitense ma anche anche su altri mercati che possono essere alternativi e/o aggiuntivi. In tal senso, accogliamo con favore le recenti dichiarazioni del Ministro delle Politiche agricole Teresa Bellanova di voler puntare a un rafforzamento delle politiche di promozione negli Stati Uniti, prevedendo risorse adeguate a comunicare ai cittadini americani la qualità dell'autentico made in Italy.

Occorrerà quindi, ad avviso di Agrinsieme, mirare le azioni di promozione e informazione, così da rafforzare la conoscenza del consumatore e, di conseguenza, la presenza dell'agroalimentare nazionale sul mercato USA.

Cruciale sarà inoltre il lavoro del Governo e del Parlamento affinché sollecitino l'Unione Europea a svolgere un'attenta azione di controllo sulle triangolazioni commerciali che potrebbero essere messe in atto, con riguardo ad alcune produzioni, da Stati membri colpiti dai dazi con altri non colpiti.

Con particolare riferimento ai formaggi, invece, accogliamo con favore la piena disponibilità mostrata dalla Commissione UE su richiesta del Governo italiano ad attivare interventi eccezionali come lo stoccaggio privato e misure specifiche di promozione all'export extra UE, cui saranno assegnate risorse dedicate. Tale richiesta era stata più volte avanzata dallo scrivente Coordinamento, anche in analoghe occasioni, così da ritirare dal mercato eventuali eccedenze di prodotto e scongiurare la ben nota situazione che si è venuta a creare dopo l'embargo russo.

Si invitano, infine, il Governo e il Parlamento a intervenire sulla Commissione Europea affinché venga valutata, tra le varie contromisure, anche l'istituzione di un vero e proprio fondo europeo per azzerare l'effetto dei dazi. La richiesta di attivare tale fondo, denominato impropriamente 'azzeradazi', è stata già avanzata dal Ministro delle Politiche agricole Teresa Bellanova, in una lettera indirizzata al Commissario europeo al Commercio Phil Hogan.

#### CONCLUSIONI

In ragione di quanto sopra esposto, lo scrivente Coordinamento condivide le finalità delle risoluzioni oggetto dell'odierna audizione, che impegnano il Governo:

- o ad attivare le misure di mercato necessarie a fronteggiare l'emergenza, riequilibrando il mercato e favorendo la ripresa delle esportazioni;
- chiedere all'UE di rafforzare la misura di promozione dei prodotti agroalimentari prevista dal Reg.1144/201UE in particolare dei formaggi negli USA e accelerare le tempistiche procedurali della stessa, così da renderla più efficace;
- a promuovere la creazione di un fondo europeo con una dotazione straordinaria finalizzato a neutralizzare le perdite economiche a carico del settore agroalimentare, peraltro estraneo al contenzioso che ha generato l'applicazione dei dazi in parola;
- a farsi promotore di un tavolo negoziale con le autorità statunitensi per concordare una soluzione che eviti ritorsioni commerciali nell'interesse di entrambe le parti e soprattutto per scongiurare il pericolo che un eventuale aggiornamento dell'elenco dei beni interessati includa altri prodotti italiani specie quelli soggetti a stagionalità e volatilità di prezzo per i quali l'applicazione di un dazio maggiorato provocherebbe ai produttori danni inestimabili.

\*\*\*

Agrinsieme è costituita dalle organizzazioni professionali C.I.A.-Agricoltori Italiani, Confagricoltura, Copagri e dalle centrali cooperative Confcooperative FedAgriPesca, Legacoop Agroalimentare e Agci Agrital, a loro volta riunite nella sigla Alleanza Cooperative Italiane – Settore Agroalimentare. Il coordinamento Agrinsieme rappresenta oltre i 2/3 delle aziende agricole italiane, il 60% del valore della produzione agricola e della superficie nazionale coltivata, oltre 800mila persone occupate nelle imprese rappresentate.



FEDERAZIONE ITALIANA INDUSTRIALI PRODUTTORI IMPORTATORI ED ESPORTATORI DI VINI ACQUAVITI LIQUORI SCIROPPI ACETI ED AFFINI

## 23 ottobre 2019

Audizione informale di Federvini sulla discussione congiunta delle risoluzioni 7-00325 Incerti, 7-00335 Maglione e 7-00345 Luca De Carlo, sulle Iniziative a tutela del comparto agroalimentare a fronte dell'aumento dei dazi doganali deliberato dalle autorità statunitensi.

## FEDERVINI - Note di presentazione

La Federazione Italiana Industriali Produttori, Esportatori ed Importatori di Vini, Acquaviti, Liquori, Sciroppi, Aceti ed Affini (Federvini) nasce nel 1917 e conta associati tra gli imprenditori nei differenti comparti delle bevande alcoliche, esclusa la birra, e in quelli degli aceti, degli sciroppi e dei succhi d'uva.

Federvini è tra i membri fondatori di Federalimentare, la Federazione tra le associazioni nazionali di categoria del comparto alimentare, e come tale fa parte di Confindustria, la Confederazione Generale dell'Industria Italiana.

Scopi della Federazione sono la tutela e l'assistenza degli interessi della categoria in tutte le sedi istituzionali, sia nazionali che comunitarie.

## Federvini svolge il ruolo di:

- Tutela, in sede di elaborazione di leggi e altri provvedimenti normativi, degli interesse degli associati, attraverso una costante attività di rappresentanza, di controllo e di indirizzo presso gli enti istituzionali nazionali, in merito a problemi relativi alla disciplina vitivinicola ed alimentare o inerenti la produzione, il confezionamento, il trasporto, la commercializzazione di tutti i prodotti del settore, nonché quelli riguardanti le imposte dirette o indirette. La Federazione tutela inoltre la categoria nella gestione dei rapporti di lavoro, rappresentando gli associati in sede di rinnovo dei Contratti Nazionali di Lavoro, e tracciando le linee guida per quanto attiene la cosiddetta contrattazione integrativa o specifiche problematiche locali.
- Presenza, in sede di elaborazione di provvedimenti normativi, presso l'Unione Europea allo scopo di ottenere la migliore tutela degli interessi degli associati in sede comunitaria. L'importanza di operare a questo livello è fondamentale, dato il ruolo centrale che sugli argomenti vitivinicoli in genere svolgono gli organismi comunitari.
- Rapporti con le Federazioni consorelle nell'ambito dell'Unione Europea.
- Rappresentanza con gli opportuni enti istituzionali esteri extracomunitari per la soluzione di problemi specifici
  che possono insorgere in Paesi non membri dell'Unione Europea.
- Informativa all'opinione pubblica a tutela delle qualità intrinseche dei prodotti attraverso il Centro di studi e di intervento per gli aspetti sociali del consumo delle bevande alcoliche (C.A.S.A.).
- Tra i suoi scopi, Federvini non contempla attività di promozione diretta o marketing.

Federvini è presente con i propri delegati:

in Italia

• nel Comitato nazionale per la tutela e la valorizzazione delle denominazioni di origine e delle indicazioni

geografiche tipiche dei vini;

in alcuni Gruppi di lavoro "Codex Alimentarius";

nell'Unione Europea

nei Comitati di dialogo civile dell'Unione Europea;

• nel Comité Européen des Entreprises Vins;

nella Spirits Europe;

in Culinaria Europe.

È inoltre membro della Fédération Internationale des Vins et Spiritueux, organizzazione mondiale di settore.

È presente con propri rappresentanti ed esperti all'Organisation Internationale de la Vigne et du Vin, organismo intergovernativo che opera a livello mondiale; all'OCSE, Organizzazione per la Sicurezza e lo Sviluppo Economico; partecipa ad alcuni tavoli di confronto al WTO, Organizzazione Mondiale del Commercio.

Presidente: Sandro Boscaini

Vice Presidenti: Piero Mastroberardino

Aldo Davoli

Presidente Gruppo Vini: Piero Mastroberardino

Presidente Gruppo Spiriti: Micaela Pallini

Presidente Gruppo Aceti: Sabrina Federzoni

## Caso Airbus-Boeing e applicazione di dazi doganali sui liquori e i cordiali all'ingresso negli USA

Gli Stati Uniti, rispettivamente ad aprile e a luglio scorso, hanno pubblicato e notificato al WTO due liste contenenti diverse categorie di prodotti dei Paesi dell'Unione europea sui quali avrebbero applicato, a titolo di compensazione per i danni derivanti dai sussidi elargiti dall'Unione europea ad Airbus, dazi all'importazione negli USA fino a concorrenza del valore che l'arbitrato del WTO avrebbe indicato.

All'interno della lista dei prodotti suscettibili di dazi, predisposta dall'USTR (US Trade Rappresentative of Commerce), figuravano le principali voci doganali attinenti ai settori rappresentati dalla Federazione: dai vini ai liquori, fino ai distillati.

Dalle liste, così come dalle esternazioni pubbliche dell'Amministrazione Trump, si è compreso fin da subito come l'obiettivo prevalente fosse quello di colpire interessi e settori simbolici, legati ai paesi finanziatori del consorzio Airbus, quali Francia, Regno Unito, Germania e Spagna, ma con un occhio attento anche ai settori agro-alimentari europei – ed alle sue indicazioni geografiche – per obbligare l'UE ad aprire o diversamente considerare dei dossier di interesse americano, per l'entrata nella UE di prodotti agro-alimentari americani.

La lista definitiva, pubblicata nella "Notice of Determination and Action" sul Federal Register statunitense, lo scorso 9 ottobre, modifica l'elenco originario e in minima parte la lista dei beni oggetto delle nuove tariffe reso noto il 2 ottobre (i cambiamenti relativi ai codici doganali oggetto delle nuove tariffe non riguardano l'Italia) e fornisce alcuni chiarimenti su specifici aspetti tecnici relativi all'applicazione dei dazi compensativi. La diffusione della lista il 2 ottobre è avvenuta a poche ore dal momento in cui, prima di chiudere l'iter burocratico, sono stati resi noti i contenuti della decisione arbitrale.

Il 14 ottobre si è chiuso ufficialmente l'iter che consente agli USA di applicare i dazi compensativi: l'organo "Dispute Settlement Body " del WTO ha confermato l'applicazione delle contromisure americane per un valore fino a 7,5 miliardi di dollari su base annua.

Nella lista definitiva è rimasta inclusa la categoria "Liqueurs and Cordials" di origine italiana (codice doganale americano 2208.70.00) con un dazio pari al 25 % da applicarsi ai beni immessi sul mercato americano a partire dalle ore 00.01, eastern time, del 18 ottobre; non sono state considerate escluse le merci spedite o in transito entro quel termine.

Questo primo atto potrebbe successivamente dar vita al cosiddetto "carosello": l'USTR ha la possibilità di rivedere dopo i primi 120 giorni e successivamente ogni 180 giorni le liste di prodotti soggetti a dazi compensativi, l'ammontare dei dazi già applicati potendo la percentuale scendere dall'attuale 25% o salire fino a concorrenza del 100%.

E' evidente che questo sistema genera una pressione enorme e soprattutto un'ulteriore alea di incertezza che desta preoccupazione.

- 1) Di seguito alcune argomentazioni per inquadrare i danni che potenzialmente investirebbero il settore della liquoreria italiana (individuata nel codice doganale US con la voce 2208.70.00):
  - Gli USA rappresentano un rilevante sbocco di destinazione dei liquori italiani essendo il primo mercato extra UE.
  - Nel 2018 l'Italia ha esportato liquori verso gli Stati Uniti per un valore pari a circa 163 milioni di dollari (dati delle Dogane americane) con una crescita pari al 13% rispetto all'anno precedente. Nei primi 8 mesi del 2019 (gennaio-agosto 2019- dati delle Dogane americane) l'Italia ha esportato liquori per un valore pari a 102 milioni di dollari con una crescita pari a circa il 3% rispetto allo stesso periodo di riferimento dell'anno precedente. Estendendo lo sguardo agli ultimi cinque anni, l'incremento di export di liquori & cordiali è stato superiore al 50%.
  - L'Italia è il terzo fornitore del mercato USA dopo Francia e Irlanda
  - I liquori italiani sono il secondo settore, nell'agroalimentare italiano, più colpito dai dazi, dopo il lattiero caseario, con un'incidenza percentuale di circa il 37%.
  - Insieme, il solo Parmigiano Reggiano e i liquori e cordiali dovranno affrontare un'incidenza dei dazi stabiliti sui prodotti italiani pari a oltre il 60%.
  - Mediamente il 20/30% del fatturato delle Aziende del settore liquori deriva dall'export verso gli Stati Uniti ed in alcuni casi può raggiungere il 50%, essendo per alcune aziende un mercato di vitale importanza
  - L'applicazione dei dazi potrebbe comportare una perdita del valore export di almeno il 35%; ciò creerà un inevitabile svantaggio competitivo dei nostri prodotti che, a parte poche eccezioni, non sono protetti come indicazioni geografiche, rispetto ai prodotti locali che nelle denominazioni evocano esplicitamente il prodotto italiano.
  - Gli Stati Uniti sono un mercato di grande rilevanza per i liquori, con ampie possibilità di espansione. Il MISE, attraverso l'ICE, nel 2018 ha investito per la prima volta dei fondi per la promozione di liquori italiani nel

mercato USA, nel contesto del progetto "The Spirit of Italy" (<a href="https://www.thespiritofitaly.com/">https://www.thespiritofitaly.com/</a>; <a href="https://italianspirits.us/">https://italianspirits.us/</a>); i fondi sono stati rinnovati, con un importo inferiore, nel 2019.

### 2) Merita di essere posto in evidenza che:

- Il consorzio Airbus è finanziato da quattro paesi, tra i quali non figura l'Italia. Sebbene il nome "liqueurs" possa
  essere percepito come tipicamente francese, i liquori sono un'eccellenza prevalentemente italiana. Rientrano
  infatti nella categoria dei liquori prodotti tradizionali quali il limoncello, gli amari, i bitter, il mirto, il nocino, la
  sambuca, il maraschino, ma anche gli aperitivi e prodotti a base di alcol distillato con un tenore alcolico inferiore
  a 15% vol;
- I liquori sono prodotti fortemente radicati nel territorio italiano. Alcune indicazioni geografiche sono ricomprese
  proprio all'interno di questa categoria: Mirto di Sardegna, Nocino di Modena, Liquore di limone di Sorrento,
  Liquore di limone della Costa d'Amalfi, ancorché in fase di export non abbiano ancora assunto un valore
  importante;

L'applicazione dei dazi creerà inevitabilmente grossi danni alle Aziende produttrici italiane che hanno consolidato con gli USA un rapporto commerciale di lungo corso, non solo in termini economici, ma anche di un'ulteriore promozione dell'immagine dei liquori e della cultura del bere propria di un *lifestyle* italiano. Sollecitiamo quindi ogni sforzo perché sia evitata questa prospettiva, mettendo in campo ogni iniziativa utile ad escludere i prodotti italiani.

E' in gioco un settore che, nell'ambito agroalimentare, ha mantenuto in questi anni una vivacità economica importante nei territori e nelle regioni di produzione; una rete soprattutto di piccole e medie aziende, almeno un centinaio, che potrebbero essere messe rapidamente in crisi dalle difficoltà di esportazione sul nostro mercato più importante.

\*\*\*

Alla luce di queste brevi premesse, la Federazione è grata alla Commissione Agricoltura della Camera dei Deputati ed alle forze politiche firmatarie delle risoluzioni 7-00325 Incerti, 7-00335 Maglione e 7-00345 Luca De Carlo, per l'attenzione dedicata alle Iniziative a tutela del comparto agroalimentare a fronte dell'aumento dei dazi doganali deliberato dalle autorità statunitense.

Condividiamo le preoccupazioni espresse nelle risoluzioni, sottolineando che il settore degli aperitivi e dei liquori aveva intensificato l'attenzione e gli investimenti all'esportazione, vista la ulteriore contrazione di mercato determinata dai quattro successivi aumenti di imposta decisi fra la fine del 2013 e l'inizio del 2015. L'accisa subì un aumento del

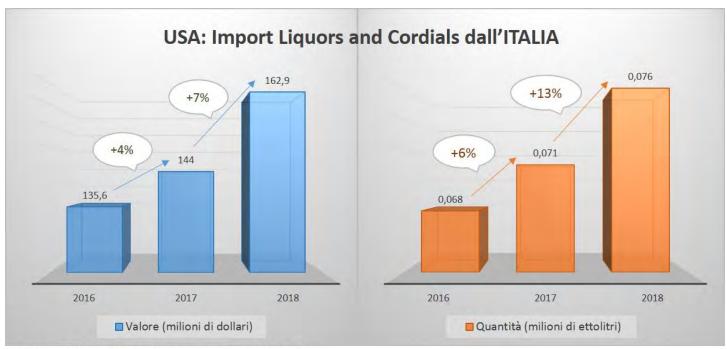
30%: seguendo l'andamento del gettito regolarmente pubblicato dall'Agenzia delle Dogane si potrà valutare quali siano state le conseguenze per il settore.

Questa Federazione chiede alle Istituzioni di intervenire tempestivamente per:

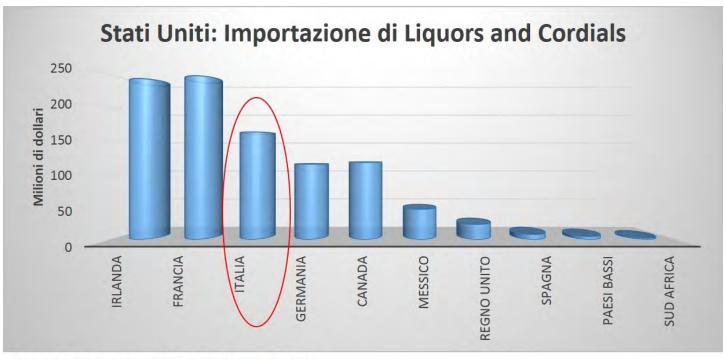
 Insistere con le Istituzioni Unionali perché cessi rapidamente l'applicazione dei dazi ed il confronto commerciale USA/UE.

A nome dei settori produttori delle bevande alcoliche colpite dai dazi USA, chiede di

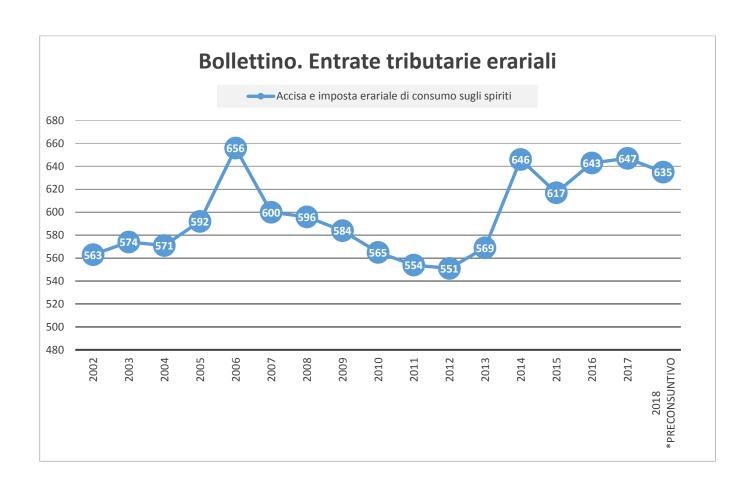
- Sostenerne la promozione del settore della liquoreria italiana con fondi straordinari
- Individuare forme di sostegno per un settore che, tra il 2013 ed il 2015, ha vissuto un incremento delle accise pari al 30%, generando nel 2018un gettito pari a 635 milioni di Euro; potendosi andare dalla riduzione delle specifiche accise, alla revisione dei presidi che sono, con oneri amministrativi rilevanti, a carico delle Aziende a testimonianza dell'assoggettamento ad accisa dei singoli prodotti, alla definizione di misure di riduzione fiscale sul fatturato realizzato con l'attività di export verso i mercati dei paesi terzi.
- Raccomandare alle Istituzioni europee di adottare misure specifiche, non potendo il settore essere inquadrato né beneficiare degli strumenti di intervento previsti dalla politica agricola comune.



Fonte: U.S. Department of Commerce, Bureau of Census



Fonte: U.S. Department of Commerce, Bureau of Census





# Camera dei Deputati

**XVIII Legislatura** 

XIII Commissione Agricoltura

Audizione informale nell'ambito della discussione congiunta delle risoluzioni 7-00325 Incerti, 7-00335 Maglione, 7-00345 Luca De Carlo e 7-00355 Golinelli sulle iniziative a tutela del comparto agroalimentare a fronte dell'aumento dei dazi doganali deliberato dalle autorità statunitensi

Roma, 30 ottobre 2019



## Considerazioni generali e proposte

La recente decisione dell'amministrazione statunitense, autorizzata dall'Organizzazione Mondiale del Commercio-OMC di imporre dazi su un ammontare di circa 7,5 miliardi di dollari di esportazioni dell'Unione Europea costituisce un provvedimento fortemente punitivo per il Made in Italy e per le eccellenze dell'agroalimentare italiano che andrà a colpire una lunga lista di prodotti, tra i quali spiccano il formaggio grana, i salumi ed i distillati, fiori all'occhiello delle nostre produzioni.

L'agroalimentare italiano potrebbe pagare un conto di circa un miliardo di euro a causa dell'applicazione di queste nuove tasse doganali da parte degli americani e vedere indebolita l'offerta verso gli Stati Uniti, mercato di riferimento.

Con il provvedimento americano l'Italia viene ingiustamente punita per la disputa esistente tra Boeing ed Airbus, progetto franco-tedesco che coinvolge anche Spagna e Gran Bretagna, ma al quale il nostro paese non collabora.

Certamente non è con simili atti ritorsivi che si può arginare la pesante ricaduta dell'azione statunitense sulle nostre imprese del settore alimentari soprattutto quelle orientate verso l'export atlantico, ma piuttosto occorre sensibilizzare il Governo sulla necessità di attivare linee di sostegno economico magari temporanee verso le aziende interessate, in modo da compensare le sicure perdite alle quali le stesse andranno incontro e nel contempo sviluppare programmi di promozione dei prodotti nei paesi terzi anche per recuperare il deficit dell'export dovuto negli ultimi anni a causa dell'embargo della Russia.

In realtà è da sottolineare che l'aumento dei dazi americani risponde ad una logica tesa a favorire la produzione interna ed indirettamente anche quella identificata come "Italian sounding" ed a colpire particolarmente i prodotti a denominazione protetta, quali il parmigiano reggiano e il pecorino romano, prodotti che rappresentando di fatto il Made in Italy consentono e facilitano anche l'esportazione degli altri prodotti agroalimentari.

E' quindi una strategia che cerca di ridimensionare quello che è stato un continuo successo dei nostri prodotti di punta, cercando di recuperare con una politica protezionistica quote di mercato domestico a favore della produzione autoctona.



L'aumento dei prezzi dei prodotti italiani sul mercato americano a seguito dell'applicazione di dazi dell'ordine del 25% determineranno - tra l'altro - una minore competitività della nostra produzione con le difficoltà che si registreranno nel loro collocamento e il derivante aumento di stock invenduti e diminuzione dei prezzi relativi, fenomeno che potrebbe essere arginato con interventi specifici – anche a livello di Unione Europea, di sostegno dei prezzi.

In prospettiva al fine di compensare il rallentamento dell'export verso gli USA sarebbe auspicabile che il Governo italiano promuovesse la penetrazione commerciale di nuovi mercati aiutando le imprese con marchio DOP ed IGP, fortemente penalizzate dai dazi USA, a cogliere le nuove opportunità offerte da mercati alternativi anche attraverso delle strategie di diversificazione delle linee di politica commerciale.

E' opportuno inoltre segnalare il pericolo di un' "invasione" da parte di prodotti USA "Italian sounding" negli scaffali dei nostri supermercati. Per poter contrastare la competizione sleale, avvantaggiata da una politica di prezzo aggressiva, il governo italiano dovrebbe mettere in campo delle azioni mirate per:

- il supporto alle imprese per lo sviluppo di soluzioni per la tracciabilità dei prodotti e per assicurare il duplice obbiettivo di tutela del Made in Italy e di differenziazione dell'offerta italiana di prodotti sostenibili;
- allestire campagne informative dirette al consumatore per renderlo consapevole della diversa qualità del prodotto importato rispetto al prodotto Made in Italy e degli eventuali effetti negativi sulla sua salute ed il suo benessere.

Di seguito forniamo una elaborazione sul posizionamento dei prodotti agroalimentari Made in Italy sul mercato statunitense con particolare riguardo a quelli sottoposti ai nuovi dazi.

Segnaliamo infine che il, settore Agroalimentare figura tra i settori ad alta concentrazione MPI, cioè quei settori dove più del 60% degli occupati si trova nelle micro e piccole imprese a testimonianza del ruolo preminente del nostro comparto.

## Il contesto

Tra i primi 10 mercati di riferimento per l'export di prodotti alimentari *made in* Italy troviamo al **3° posto gli Stati Uniti**; raggiungono questo mercato **l'8,7% di pasta, olio, formaggi, carni, frutta e ortaggi** venduti in tutto il mondo e il 26,1% del *food* venduto sui mercati extra Ue a 28.

Nell'ultimo anno i ricavi dalle vendite di alimentari verso gli Usa raggiungono i **2.290 milioni di euro** (valore cumulato ultimi 12 mesi III trim.2018-II trim.2019), pari al 5,1% di quelli realizzati dalla vendita di tutti i manufatti sul mercato statunitense.

Nei primi sei mesi dell'anno la domanda di prodotti agroalimentari italiani proveniente dagli Stati Uniti registra una variazione tendenziale positiva del +12,9%, di segno opposto rispetto a quella registrata un anno prima (-1,4%).

Export prodotti alimentari made in Italy verso gli Stati Uniti

I sem. 2019 - valori in milioni di euro

	I sem. 20	19 %	var.% su I sem. 2018
CA101-Carne lavorata e conservata e prodotti a base di carne	i i	61 5,3	3,5
CA102-Pesce, crostacei e molluschi lavorati e conservati		4 0,4	-10.5
CA103-Frutta e ortaggi lavorati e conservati	1	36 12,0	15,2
CA104-Oli e grassi vegetali e animali	2	30 20,2	2,2
CA105-Prodotti delle industrie lattiero-casearie	1	64 14,5	22,1
CA106-Prodotti della lavorazione di granaglie, amidi e prodotti amidacei		31 2,7	2,7
CA107-Prodotti da forno e farinacei	2	02 17,8	14,1
CA108-Altri prodotti alimentari	2	98 26,3	18,6
CA109-Prodotti per l'alimentazione degli animali	1	9 0,8	52,5
EXPORT ALIMENTARE	1.1	36 100,0	12,9
inc.% su export totale manifatturiero		.1	•

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Istat

## I prodotti alimentari maggiormente esportati verso questo mercato sono:

- Altri prodotti alimentari che comprendono la lavorazione di tè e caffè e produzione di condimenti, spezie, cacao, cioccolato, etc. (26,3% del totale export beni alimentari)
- Oli e grassi vegetali e animali (20,2%),
- Prodotti da forno e farinacei (17,8%),
- Prodotti delle industrie lattiero-casearie (14,5%)
- Frutta e ortaggi lavorati e conservati (12,0%).



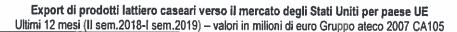
Nei primi sei mesi dell'anno in corso tra questi beni alimentari maggiormente richiesti dagli americani si osserva una crescita più accentuata delle vendite di Prodotti delle industrie lattiero-casearie (+22,1%) e di Altri prodotti alimentari (+18,6%).

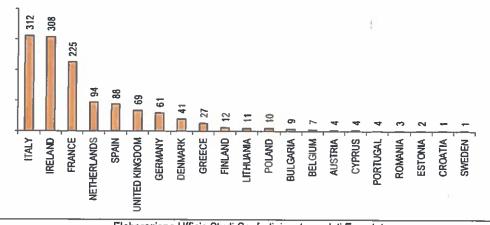
## Il focus sul settore lattiero-caseario

L'analisi della lista di 93 prodotti italiani che dal 18 ottobre saranno soggetti a dazi Usa evidenzia che per il nostro Paese il settore maggiormente interessato dalle tariffe è quello lattiero-caseario; questo comparto – che include formaggi, burro e yogurt – rappresenta il 14,5% dei prodotti alimentari venduti negli Stati Uniti. I formaggi rappresentano un'eccellenza del food made in Italy e contano 275 tipologie di formaggi DOP e IGP.

L'export verso il mercato statunitense dei prodotti lattiero caseari raggiunge negli ultimi 12 mesi il valore di 312 milioni di euro, pari al 9,0% del valore complessivo delle vendite di questi prodotti in tutto il Mondo.

L'Italia è il primo paese esportatore dell'Unione europea negli Stati Uniti per prodotti lattiero-caseari, con 312 milioni di euro negli ultimi dodici mesi, davanti a Irlanda (308 milioni di euro), Francia con 225 milioni di euro, Paesi Bassi con 94 milioni di euro, Spagna con 88 milioni di euro, Regno Unito con 69 milioni di euro e Germania con 61 milioni di euro. Italia e Irlanda insieme concentrano poco meno della metà (48%) dell'export di formaggi e prodotti lattiero-caseari.





Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Eurostat



## I rischi di una escalation della guerra commerciale

L'escalation della guerra commerciale avrebbe ricadute pesanti sulla nostra economia. Secondo uno scenario<sup>1</sup> che prevede dal quarto trimestre 2019 un aumento da parte degli Stati Uniti delle tariffe dei beni importati dalla Cina, dal Messico e dall'Unione Europea, con i paesi coinvolti che reagiscono con dazi di entità corrispondente sui prodotti statunitensi, il PIL dell'economia italiana scenderebbe di 0,2 punti nel 2020 e di 0,5 punti nel 2021. L'effetto recessivo derivante dalle minori esportazioni annullerebbe completamente la spinta sul PIL della prossima manovra di bilancio, stimata in +0,2 punti.

## L'export lattiero-caseario nel territorio

La regione con il maggiore export negli Usa di prodotti lattiero-caseario è l'Emilia Romagna con 115 milioni di euro, seguita da Lombardia con 63 milioni, da Sardegna con 62 milioni, da Veneto con 35 milioni e da Campania con 12 milioni.

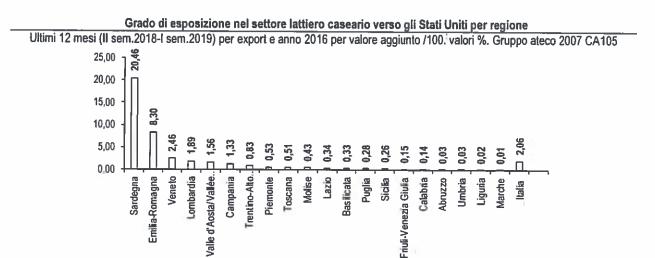


Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Istat

## La struttura territoriale delle imprese

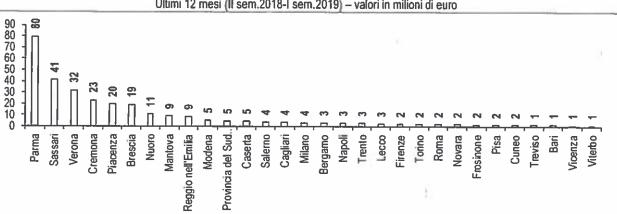
Le regioni per cui si rileva un grado di esposizione maggiore - rapporto tra il valore dell'export annualizzato di prodotti lattiero-caseari sul valore aggiunto del totale economia - nel settore lattiero caseario sul mercato statunitense sono: Sardegna (20,46%), Emilia-Romagna (8,30%), Veneto (2,46%), Lombardia (1,89%), Valle d'Aosta (1,56%) e Campania (1,33%).

Audizione informale su iniziative a tutela del comparto agroalimentare a fronte dell'aumento dei dazi doganali deliberato dalle autorità statunitensi



Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Istat

Nella classifica provinciale per valore dell'export di prodotti delle imprese lattiero-casearie verso gli Usa figurano ai primi posti: Parma con un valore dell'export di prodotti lattiero-caseari verso gli Usa negli ultimi 12 mesi di 80 milioni di euro, Sassari con 41 milioni di euro di export, Verona con 32 milioni di euro di export, Cremona con 23 milioni di euro di export e Piacenza con 20 milioni di euro di export.



Prime 30 province italiane per valore export di prodotti lattiero caseari verso il mercato degli Stati Uniti Ultimi 12 mesi (Il sem.2018-l sem.2019) – valori in milioni di euro

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Istat



## L'artigianato e le MPMI

Inoltre va tenuto conto che sono 88.961 le imprese artigiane attive nel comparto alimentare e il 2,2% di queste, pari a 1.915 imprese, operano nella Lavorazione di prodotti lattiero-caseari<sup>2</sup>. La regione che registra un maggior peso del settore lattiero-caseario sul totale dell'artigianato alimentare, è il Molise (7,8%), seguito da Basilicata (7,3%), Puglia (5,8%), Campania (4,7%), Calabria (3,3%), Valle d'Aosta (2,7%) e Emilia Romagna (2,5%).

L'artigianato alimentare per comparto e sottocomparto

III trimestre 2018. Imprese registrate, composizione %, variazioni assolute e relative su stesso trimestre 2017 e 2013, ranghi

Comparto (decrescente) e sottocomparto	III trim. 2018	%	Var. ass.	Var.% su III 2017	Rank	Var.% su III 2013	Rank
Pasticceria, panifici e gelaterie	42.488	47,8	-575	-1,3	7	-2,4	7
Servizi di ristorazione: cibi da asporto	32.753	36,8	-348	-1,1	6	-0,7	5
Pasta	4.008	4,5	-78	-1,9	9	-8,6	9
Lavorazione e conservazione di carne e prod. prodotti a base di carne	2.094	2,4	-51	-2,4	10	-13,1	11
Industria lattiero-casearia	1.915	2,2	-28	-1,4	8	2,2	3
Tè, caffè, cacao e derivati, condimenti e spezie	1.006	1,1	2	0,2	2	-1,5	6
Tè e caffè	492	0,6	1	0,2	-	-5,2	
Cacao e cioccolato	398	0,4	3	0,8	-	6,1	9
Condimenti e spezie	116	0,1	-2	-1,7	-	-8,7	•
Vini, Distillerie, Birre e altre bevande	905	1,0	15	1,7	1	11,0	2
Vini	251	0,3	-4	-1,6	-	-14,3	-
Distillerie	261	0,3	4	1,6	-	1,2	-
Birrifici artigianali	316	0,4	21	7,1	-	83,7	-
Altre bevande	77	0,1	-6	-7,2	-	-16,3	-
Lavorazione e conservazione frutta e ortaggi e pesce	855	1,0	0	0,0	3	0,2	4
Lavorazione e conservazione di frutta e ortaggi	637	0,7	-2	-0,3	-	-2,3	-
Lavorazione e conservazione di pesce, crostacei e molluschi	218	0,2	2	0,9	-	8,5	-
Produzione di oli e grassi vegetali e animali	821	0,9	-7	-0,8	5	-8,5	8
Lavorazione delle granaglie, produzione di amidi e di prodotti amidacei	709	8,0	-21	-2,9	11	-11,9	10
Altri produttori alimentari	1.407	1,6	-3	-0,2	4	39,0	1
ARTIGIANATO ALIMENTARE	88.961	100,0 -	1.094	-1,2		-1,8	
Totale artigianato	-			-1,3		-7.0	

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Unioncamere-Infocamere

NB: Aleco 10, 10.8, 10.81, 10.85, 10.86, 10.89 10.9 e 82.921

Audizione informale su iniziative a tutela del comparto agroalimentare a fronte dell'aumento dei dazi doganali deliberato dalle autorità statunitensi

L'artigianato alimentare totale e della lavorazione di prodotti lattiero-caseari per regione

III trimestre 2018. Imprese registrate. Comparti per val. ass. decresc. nazionale

	ARTIGIANATO ALIMENTARE	%	Industria lattiero- casearia	%	inc.% su tot. imp. alimentari	rank
Abruzzo	2.441	2,7	41	2,1	1,7	9
Basilicata	972	1,1	71	3,7	7,3	2
Calabria	3.966	4,5	129	6,7	3,3	5
Campania	7.699	8,7	360	18,8	4,7	4
Emilia Rom.	8.035	9,0	200	10,4	2,5	7
Friuli-V. G.	1.377	1,5	24	1,3	1,7	8
Lazio	6.186	7,0	47	2,5	0,8	19
Liguria	3.082	3,5	20	1,0	0,6	20
Lombardia	11.228	12,6	117	6,1	1,0	17
Marche	3.012	3,4	23	1,2	0,8	18
Molise	592	0,7	46	2,4	7,8	1
Piemonte	6.568	7,4	97	5,1	1,5	12
Puglia	6.303	7,1	366	19,1	5,8	3
Sardegna	3.616	4,1	54	2,8	1,5	11
Sicilia	10.176	11,4	148	7,7	1,5	13
Toscana	4.807	5,4	57	3,0	1,2	15
Trentino-A.A.	993	1,1	16	0,8	1,6	10
Umbria	1.058	1,2	12	0,6	1,1	16
Valle d'Aosta	184	0,2	5	0,3	2,7	6
Veneto	6.666	7,5	82	4,3	1,2	14
Italia	88.961	100,0	1.915	100,0	2,2	
* Ateco 10, 10.8, 10.81, 10.85, 10.86, 10.89 10.9 e 82.92.1						

\*Ateco 10, 10.8, 10.81, 10.85, 10.86, 10.89 10.9 e 82.92.1

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Unioncamere-Infocamere



## Audizione informale su risoluzioni dazi doganali

Mercoledì 30 ottobre 2019 XIII Commissione - Camera dei deputati

## La congiuntura internazionale

Secondo i dati del World Economic Outlook del Fondo Monetario Internazionale (FMI), il PIL mondiale nel 2018 è cresciuto del 3,6% (in linea con il dato del 2017) e, per il biennio successivo, le previsioni sono simili: +3,3% nel 2019 e +3,6% nel 2020. Il commercio internazionale, dopo la crescita del 2017 pari al 5,3%, è aumentato del 3,8% nel 2018 e anche per il biennio 2019-2020 le previsioni di crescita non superano il 4% annuo (dati FMI), con il rischio di rallentamenti associati alle situazioni d'incertezza legate alle tensioni geo-economiche tra USA e Cina, alla Brexit, ai comportamenti tariffari da parte di USA e Cina e all'inasprimento delle barriere non tariffarie agli scambi, con il rischio complessivo d'impatto negativo sulla crescita del PIL mondiale.

## Lo scenario italiano

In questo quadro macro-economico mondiale, nel 2018 le esportazioni italiane di beni hanno raggiunto 463 miliardi di euro (+3,1% rispetto al 2017) e le importazioni 424 miliardi di euro (+5,6%, dati Istat). Nei primi otto mesi del 2019 le esportazioni sono cresciute del 2,6% e le importazioni dell'1% rispetto agli stessi mesi del 2018. Hanno contribuito positivamente alla crescita dell'export gli incrementi registrati dagli scambi con le aree extra-UE (+3,4%).

Le esportazioni di beni e servizi costituiscono il 32% del prodotto interno lordo. La matematica è facile: 3 punti percentuali di crescita dell'export corrispondono a un punto percentuale di crescita del PIL, a parità degli altri fattori. L'importanza dell'export per l'economia italiana è evidente nell'andamento del PIL nell'ultimo decennio: a fine 2018, l'economia italiana non ha ancora interamente recuperato i livelli pre-crisi, mi riferisco al 2008, l'anno del cosiddetto credit crunch (Tasso di crescita del PIL dell'Italia tra il 2018 e il 2008 è stato pari a -3,3%); tuttavia le esportazioni sono cresciute del 16,9% nello stesso periodo.

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane Via Liszt, 21 00144 Roma T 06 59926938 / F 06 54220008 E-mail: presidenza@ice.it www.ice.it



Sostenere l'eccellenza di qualità e innovazione del Made in Italy sui mercati esteri è pertanto fondamentale per la crescita del Paese, lo sviluppo del territorio, l'occupazione e l'inclusione dei giovani nel mondo del lavoro.

Se il contesto geopolitico è meno favorevole alle esportazioni, dobbiamo attrezzarci alla competizione con strumenti e competenze nuove e diverse rispetto al passato.

Abbiamo avviato indirizzi di azione per rafforzare l'attività promozionale dell'Agenzia ICE – che vi descriverò fra poco – per espandere le opportunità all'esportazione nelle diverse direzioni di aumentare il numero dei nostri esportatori, particolarmente coinvolgendo di più le piccole e medie imprese, di aumentare il numero di mercati da ciascuna impresa serviti e di accrescere la collaborazione di filiera per aumentare il valore aggiunto generato in Italia da ogni euro di prodotto esportato.

## Il ruolo dell'ICE

L'Agenzia ICE per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane – che presiedo da gennaio scorso – è, come noto, l'ente governativo incaricato, nel quadro della pluralità di soggetti preposti, a supportare la promozione delle imprese italiane nei processi di internazionalizzazione, di promuovere l'immagine del prodotto italiano nel mondo e di promuovere l'interesse verso l'Italia per attrarre investimenti diretti esteri in entrata.

L'ICE ha la propria Sede centrale a Roma, un Ufficio a Milano e una rete di 79 unità operative in 58 paesi esteri e offre alle imprese servizi di sostegno (promozionali, informativi, di assistenza e consulenza, di formazione).

In attesa della piena attuazione del Decreto Legge del 21 settembre 2019 n. 104, che prevede l'attribuzione al Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI), delle competenze in materia di commercio internazionale e di internazionalizzazione del sistema Paese, fino ad oggi l'Agenzia ICE ha agito nel rispetto delle linee di indirizzo e vigilanza del Ministero dello Sviluppo Economico (MISE), che esercita i suoi poteri d'intesa con il MAECI, sentito il Ministero dell'Economia e delle Finanze (MEF).

Oltre a fornire i servizi citati, l'Agenzia ICE gestisce i fondi oggi a carico del bilancio del Ministero dello Sviluppo Economico (Piano annuale delle attività, Piano straordinario per la promozione del Made in Italy e per l'attrazione degli investimenti, Piano Export Sud) o quelli ad essa assegnati da altri committenti (Ministeri, Regioni, organismi internazionali, consorzi e aziende).

Per raggiungere gli scopi istituzionali, l'ICE stipula anche accordi con enti pubblici e privati e opera con alcune Regioni e Province autonome attraverso convenzioni operative.

Sempre più evidente, inoltre, è il ruolo che ICE svolge a supporto della diplomazia economica, in stretto coordinamento con il MAECI. Ne sono un chiaro esempio i risultati registrati in occasione delle ultime missioni di

sistema negli Emirati Arabi Uniti, in Tunisia, in Vietnam, a Tianjin in Cina, ad Addis Abeba in Etiopia, e a Praga.

ICE è impegnata a supportare le imprese - che sono i nostri clienti - con rinnovato spirito di servizio, costante dedizione e crescente attenzione verso i giovani, le start-up e l'innovazione digitale dei processi.

La nostra azione di sostegno e di promozione è infatti ispirata alla nuova strategia di ICE in cinque direzioni:

- 1) eccellenza del Made in Italy;
- 2) innovazione;
- 3) sinergie negli ecosistemi di filiera, per rafforzare l'offerta di PMI sui mercati esteri;
- 4) evoluzione digitale dei modelli di business
- 5) Giovani e start-up.

Per questo l'ICE sta investendo risorse aggiuntive nella formazione di giovani export manager e nello sviluppo e nella crescita delle start up, favorendone la visibilità sui mercati e presso gli investitori.

Vogliamo anche aiutare le imprese a cogliere le opportunità offerte dalle nuove tecnologie digitali, particolarmente per le piccole imprese che hanno difficoltà a far fronte in tempi rapidi al cambiamento imposto dai nuovi modelli di business.

Penso all'accesso alle piattaforme di e-commerce, all'utilizzo di tecnologie digitali per la tracciabilità di prodotto a protezione del branding o della denominazione di origine, all'utilizzo dei big-data. La tracciabilità dei prodotti su tecnologia blockchain – per fare un esempio - serve a proteggere il brand, a indicare l'origine di un DOCG, DOC, DOP, IGP, a contrastare la contraffazione e il fenomeno dell'"italian sounding", quindi interessa molte filiere diverse, dal fashion all'agroalimentare.

Tutto questo accompagnato da un'attività di formazione più diffusa sul territorio, anche nel Sud Italia che rappresenta solo il 12% del nostro export.

Al fine di accompagnare il maggior numero di piccole e medie imprese verso l'internazionalizzazione è richiesta una più stretta vicinanza al tessuto produttivo del nostro Paese e, conseguentemente, una nostra maggiore presenza sul territorio.

A questo scopo abbiamo avviato l'iniziativa di aprire dei Desk Regionali: un team di professionisti dedicato sarà sistematicamente presente, per un giorno ogni settimana, in 18 Regioni, presso sedi istituzionali (Regioni, Gruppo CDP o Camere di Commercio) quale punto di riferimento locale per le imprese e antenna di collegamento con gli uffici di promozione settoriale e la rete dei 79 uffici all'estero.

Con questa iniziativa vogliamo rimarcare il nuovo spirito di servizio che muove l'Agenzia ICE verso le aziende, migliorando così la fruibilità della nostra offerta a sostegno della crescita all'estero delle imprese italiane, soprattutto quelle di piccola e media dimensione.

Rispetto ad una visione moderna sull'evoluzione del marketing internazionale verso nuove tecnologie e mercati, consentitemi di sottolineare l'importanza di adattare i profili professionali, le competenze e la cultura organizzativa dell'Agenzia ICE a queste nuove sfide.

## I dazi aggiuntivi USA verso UE a seguito del contenzioso Airbus

Il contenzioso tra USA e UE presso l'OMC inizia nel 2004 con accuse incrociate di sussidi pubblici illeciti ad Airbus e Boeing. Nel 2011 il OMC si pronuncia sul caso Airbus rilevando che i sussidi europei ad Airbus hanno causato danni e perdite di quote di mercato in tutto il mondo per la concorrente Boeing.

Il processo di valutazione presso l'OMC del reclamo americano per la vicenda Airbus, dopo i diversi passaggi previsti, si conclude il 2 ottobre 2019 quando l'OMC si pronuncia a favore della posizione statunitense e dà il via libera agli Stati Uniti per l'imposizione di tariffe compensatorie fino ad un massimo di \$ 7,5 miliardi all'anno per i danni subiti.

L'analogo procedimento sulla vicenda Boeing è ancora aperto e in attesa di sentenza.

Il 9 ottobre lo U.S. Trade Representative ha quindi pubblicato nel Federal Register (che corrisponde alla nostra Gazzetta Ufficiale), la Notice of Determination and Action, il provvedimento ufficiale sull'imposizione dei dazi ai paesi dell'Unione Europea per il caso Airbus.

La pubblicazione include l'elenco esecutivo delle disposizioni tariffarie e delle aliquote tariffarie.

Nella lista dello USTR compaiono diversi beni e vi è una netta differenziazione in base ai paesi di provenienza. Al momento i dazi aggiuntivi ad valorem saranno limitati al 10% su aeromobili civili di grandi dimensioni provenienti da Francia, Germania, Spagna e Regno Unito, e al 25% su tutta una serie di altri prodotti, prevalentemente del settore agroalimentare, provenienti da tutti i paesi UE, con una differenziazione piuttosto articolata in gruppi e sezioni di prodotti.

L'Italia non è parte del consorzio Airbus ma il terzo maggior esportatore europeo verso gli Stati Uniti (il totale dell'export italiano di beni verso gli Stati Uniti nel 2018 è stato pari a \$ 50 miliardi). Il nostro Paese è interessato soprattutto per prodotti del settore agroalimentare con dazi ad valorem del 25%.

Nello specifico, sono interessate 93 voci doganali (v. tabella 1) di cui però solo 47 voci (v. tabella 2) hanno un valore positivo di export. Il totale dell'export interessato (v. tabella 2) era nel 2018 pari a 468,5 milioni di USD (dati Dogane USA) e così suddiviso nelle diverse categorie: formaggi (228 milioni di dollari), liquori/cordiali (162 milioni di dollari), carni lavorate (54 milioni di dollari), conserve e succhi di frutta (16 milioni di dollari), frutta (6 milioni di dollari) e frutti di mare (290 mila dollari). Le prime tre categorie rappresentano circa il 95% del totale delle misure.

Pertanto, il dazio aggiuntivo del 25% inciderebbe sull'export italiano di queste voci (considerato per ipotesi invariato anche in futuro) per un valore di 117,2 milioni di USD, a parità di valore delle esportazioni.

Per le esportazioni dall'italia i dazi insistono particolarmente su categorie di prodotti agroalimentari in cui l'export italiano concorre con prodotti americani cosidetti "italian sounding", cioè che non rispettano le indicazioni DOP e IGP. Da un confronto con i nostri principali competitor europei, emerge che la Francia è stata colpita per circa 3 miliardi di dollari (prevalentemente vino), la Germania per 2,3 miliardi di dollari (prevalentemente aereonautica), il Regno Unito per 1,8 miliardi di dollari (prevalentemente distillati) e la Spagna per 812 milioni (in maggioranza vino e olio d'oliva) (v. tabella 3).

Per quanto riguarda l'Italia, una stima condotta sull'export regionale disaggregato a livello ATECO3 (categoria più granulare a nostra disposizione) mostra che le Regioni più colpite sono la Campania, il Trentino Alto Adige e l'Emilia Romagna (v. Tabella 5).

Va evidenziato che, grazie all'impegno della diplomazia economica, la lista finale dei prodotti italiani è sensibilmente ridotta rispetto alle liste teoriche precedentemente pubblicate dallo USTR nei mesi precedenti la sentenza del OMC e sottoposte al processo di audizione pubblica. Su questi dati si stimava un rischio di impatto per gli esportatori italiani su un valore di circa 5 miliardi di export annuo.

Il provvedimento ufficiale pubblicato sul Federal Register chiarisce che l'importo limite di 7,5 miliardi, stabilito dallo OMC, riguarda il valore massimo delle sanzioni applicabili ogni anno.

Il documento precisa inoltre l'entrata in vigore dei dazi, fissata tassativamente alle ore 12:01AM del 18 ottobre 2019 per tutti i prodotti non ancora entrati sul mercato americano.

Non è previsto un limite temporale per le contromisure americane che potranno restare in vigore o essere modificate unilateralmente fino a quando non si raggiungerà un accordo sui sussidi con l'Unione Europea.

Non si prevede l'avvio di un procedimento di esclusione (waiver) come è avvenuto in altri casi (ad es. dazi su acciaio e alluminio e dazi verso la Cina). Appare invece possibile, secondo il Trade Act, la legge federale USA che regola la materia, che in occasione delle revisioni periodiche, in particolare dopo i primi 120 giorni e successivamente ogni 180 giorni, lo USTR possa modificare il paniere di prodotti e/o la percentuale del dazio, attuando anche il cd. "carosello", cioè sostanzialmente una rotazione dei prodotti interessati e/o adeguando i dazi al valore aggiornato delle importazioni dei prodotti colpiti. Una decisione in tal senso dipenderà anche dall'andamento del negoziato con la UE e potrebbe modificare gli effetti dei dazi su specifici Paesi o settori produttivi.

Sia UE sia Stati Uniti sono stati giudicati colpevoli dal sistema di risoluzione delle controversie dell'OMC per aver continuato a fornire sussidi illegali ai produttori di aeromobili. All'esito della sentenza dell'OMC sul caso

parallelo della Boeing, tra alcuni mesi potrà ugualmente essere concesso all'UE il diritto di imporre contromisure contro gli Stati Uniti. Un elenco preliminare di prodotti statunitensi da prendere in considerazione per le contromisure è stato pubblicato lo scorso aprile.

La nostra opinione è che l'imposizione reciproca di sanzioni comporterebbe solo danni alle imprese e ai cittadini su entrambe le sponde dell'Atlantico e danneggerebbe il commercio globale e l'industria aeronautica in un momento sensibile.

È invece auspicabile un'eventuale compensazione delle misure imposte che attenui immediatamente i dazi, in attesa di una soluzione equa ed equilibrata.

L'Unione Europea ha, infatti, condiviso a luglio proposte concrete con gli Stati Uniti per un nuovo regime di sovvenzioni agli aeromobili e una via da seguire per gli obblighi di conformità esistenti da entrambe le parti.

## Il piano straordinario ICE a sostegno dei settori colpiti dai dazi USA

Come detto, l'export italiano è interessato dai dazi USA sostanzialmente per 47 voci merceologiche, per un totale di export nel 2018 pari a 468,5 milioni di USD (dati Dogane USA). Per alcune categorie di prodotti, in particolare vini e oli, gli Stati Uniti hanno deciso di differenziare i dazi secondo la provenienza e i maggiori dazi non si applicano ai prodotti italiani.

L'Agenzia ICE ha inteso dare una risposta immediata ed efficace a supporto delle categorie produttive coinvolte, che sono prevalentemente piccole e medie imprese, sia per assisterle nel mitigare l'impatto sul mercato statunitense, sia per accelerare l'export su altri mercati di destinazione, nonché per meglio cogliere le opportunità connesse al segmento olio d'oliva e vini.

Lo scorso 18 ottobre abbiamo annunciato misure straordinarie a supporto delle imprese operanti nel settore agroalimentare e prevalentemente nei comparti colpiti dai dazi con uno stanziamento aggiuntivo di 12 milioni di euro (il 7% del budget promozionale annuale), misure che saranno adottate nei prossimi mesi in funzione dei programmi individuati.

L'iniziativa non richiede ulteriori stanziamenti, attingendo da fondi non ancora impegnati a valere sui 182 milioni delle risorse promozionali 2019 (piano ordinario, piano straordinario Made in Italy e piano Export-Sud), e assume che le iniziative proposte e l'erogazione dei relativi fondi trovino approvazione da parte delle amministrazioni competenti.

Il Piano d'azione dell'Agenzia ICE sarà basato su 5 aree d'intervento:

- 1) Azioni promozionali sul mercato USA a supporto delle imprese produttrici dei beni direttamente colpiti dai dazi:
  - a) piano di comunicazione digitale in vista del Thanksgiving e del Natale;

- b) eventi di promozione diretti sia ai consumatori sia agli operatori del settore anche con l'utilizzo di influencer americani per la valorizzazione delle eccellenze italiane;
- c) evento dedicato ai prodotti IGP in collaborazione con l'Ambasciata d'Italia a Washington;
- d) rafforzamento della partecipazione italiana al Winter Fancy Food Show che si terrà a San Francisco a gennaio 2020;
- e) azioni di formazione a favore dei bartenders e organizzazione di incoming di buyers in Italia per il comparto liquori;
- f) azioni di promozione online e offline con grandi player della distribuzione organizzata;
- g) rafforzamento della partecipazione al Summer Fancy Food che si terrà a New York a giugno 2020.
- 2) Azioni a favore delle imprese produttrici dei beni direttamente colpiti dai dazi su altri mercati con ulteriori prospettive di sviluppo dell'export nazionale che saranno individuati di concerto con le associazioni di categoria (focus iniziale su Giappone e Canada).
- 3) Rafforzamento delle azioni di promozione sul mercato americano a favore dei prodotti in cui l'Italia potrebbe recuperare quote di mercato rispetto ai principali competitor colpiti in maniera più marcata dai dazi americani (es: olio d'oliva e vini).
- 4) Le imprese operanti nelle categorie merceologiche colpite dai dazi potranno fruire gratuitamente dei servizi ICE (compresi quelli a corrispettivo) fino a quando gli extra dazi resteranno in vigore.
- 5) Creazione di un help desk on-line sul Sito ICE per il supporto diretto ai settori oggetto dei dazi: "Dazi USA: soluzioni operative": risposte ai quesiti delle imprese su questioni doganali USA, export in altri Paesi e relativo supporto ICE accessibile.

Al fine di adattare il piano alle esigenze delle imprese colpite si è avviata un'azione di comunicazione e consultazione con le associazioni rappresentative delle imprese, coltivatori e allevatori interessati.

## Conclusioni

Mi avvio a concludere, permettendomi di fare alcune considerazioni che legano gli interventi a supporto della crisi indotta dai nuovi dazi americani a una visione sul ruolo istituzionale dell'Agenzia ICE come attore del sistema paese a supporto delle imprese.

Innovazione e internazionalizzazione possono procedere solo di pari passo.

In uno scenario più complesso per il commercio internazionale è necessaria un'accelerazione e un ammodernamento del supporto all'internazionalizzazione delle imprese, su cui l'Agenzia ICE è impegnata come attore di sistema.

La competizione sui mercati internazionali è infatti una partita di squadra. Le nuove sfide sui mercati globali richiedono oggi una nuova energia nella cooperazione pubblico-privato per promuovere tutti insieme le eccellenze del Made in Italy, valorizzando il capitale umano, imprenditoriale e tecnologico del nostro sistema produttivo. Possiamo tradurli, tutti insieme, in un successo di squadra, per la crescita delle imprese e lo sviluppo dell'occupazione e del territorio.

La vicenda dei dazi è un episodio concreto di difficoltà per le imprese derivante da un quadro di relazioni commerciali internazionali che diventa più complesso. ICE, nel perseguire la visione di lungo periodo indicata, vuole dimostrare sul campo la concretezza del fare, al servizio delle imprese.

# **TABELLA 1** – ELENCO COMPLETO CODICI DOGANALI RELATIVI AI PRODOTTI PROVENIENTI DALL'ITALIA Fonte: U.S. Federal Register

CODICE HS	(Fonte: Elaborazione IC DESCRIZIONE	IMPORT DA ITALIA ANNO 2018	VALORE DAZIO 25%
0403.90.85	Fermented milk o/than dried fermented milk or o/than dried milk with added lactic ferments	22,559	5,640
0405.10.10	Butter subject to quota pursuant to chapter 4 addi- tional US note 6	310,816	77,704
0405.10.20	Butter not subject to general note 15 and in excess of quota in chapter 4 additional U.S. note 6	218,348	54,587
0405.20.80	Other dairy spreads, not butter substitutes or of a type provided for in chapter 4 additional US note 1	34,241	8,560
0406.10,58	Fresh (unrip:/uncured) Italian-type cheeses from cow milk, cheese/substitutes cont or proc therefrom, not subj to Ch4 US note 21 or GN15	18,928	4,732
0406.20.51	Romano, reggiano, provolone, provoletti, sbrinz and goya, made from cow's milk, grated or powdered, subject to add US note 21 to Ch.4	399,975	99,994
0406.20.53	Romano, reggiano, provolone, provoletti, sbrinz and goya, made from cow's milk, grated or powdered, not subj to Ch4 US nte 21 or GN15	124,372	31,093
0406.20.77	Cheese containing or processed from italian-type cheeses made from cow's milk, grated or powdered, subject to add US note 21 to Ch. 4	2,793,243	698,311
0406,30,51	Gruyere-process cheese, processed, not grated or powdered, subject to add. US note 22 to Ch. 4	75,535	18,884
0406.30.55	Processed cheeses made from sheep's milk, includ- ing mixtures of such cheeses, not grated or pow- dered	240,057	60,014
0406.30.79	Processed cheese cont/prood from italian-type, not grated/powdered, not subject to add US note 21 to Ch. 4, not GN15	29,183	7,296
0406.30,89	Processed cheese (incl. mixtures), nesoi, w/cow's milk, not grated or powdered, subject to add US note 18 to Ch. 4, not GN15	142,281	35,570
0406.40,54	Blue-veined cheese, nesoi, in original loaves, subject to add. US note 17 to Ch. 4	1,569,753	392,438
0406.90.41	Romano, Reggiano, Parmesan, Provolone, and Provoletti cheese, nesoi, from cow's milk, subject to add. US note 21 to Ch. 4	75,424,835	18,856,209
0406.90.42	Romano, Reggiano, Parmesan, Provolone, and Pro- voletti cheese, nesoi, from cow's milk, not subj to to GN 15 or Ch4 US note 21	105,866,444	26,466,611
0406,90.43	Reggiano, Parmesan, Provolone, and Provoletti cheese, nesoi, not from cow's milk, not subject to gen. note 15	4,070	1,018
0406.90.46	Swiss or Emmentaler cheese with eye formation, nesoi, subject to add. US note 25 to Ch. 4	496,196	124,049
0406.90.48	Swiss or Emmentaler cheese with eye formation, nesoi, not subject to gen. note 15 or to add. US note 25 to Ch. 4	72,684	18,171

HTS	Product Description			
0406.30.28	Cheddar cheese, processed, not grated or powdered, not subject to gen note 15 or in add US note 18 to Ch. 4			
0406.30.34	Colby cheese, processed, not grated or powdered, subject to add US note 19 to Ch. 4			
0406.30,38	Colby cheese, processed, not grated or powdered, not subject to gen note 15 or add US note 19 to Ch. 4			
0406.30.51	Gruyere-process cheese, processed, not grated or powdered, subject to add. US note 22 to Ch. 4			
0406.30.53	Gruyere-process cheese, processed, not grated or powdered, not subject to gen note 15 or add. US note 22 to Ch. 4			
0406.30.55	Processed cheeses made from sheep's milk, including mixtures of such cheeses, not grated or powdered			
0406.30.69	Processed cheese cont/procd fr american-type cheese (ex cheddar), not grat- ed/powdered, subject to add US note 19 to Ch. 4, not GN15			
0406.30.79	Processed cheese cont/procd from italian-type, not grated/powdered, not subject to add US note 21 to Ch. 4, not GN15			
0406.30.85	Processed cheese (incl. mixtures), nesoi, n/o 0.5% by wt. butterfat, not grated or pow- dered, subject to Ch4 US note 23, not GN15			
0406.30.89	Processed cheese (incl. mixtures), nesoi, w/cow's milk, not grated or powdered, subject to add US note 16 to Ch. 4, not GN15			
0406.40.44	Stilton cheese, nesoi, in original loaves, subject to add. US note 24 to Ch. 4			
0406.40.48	Stilton cheese, nesoi, not in original loaves, subject to add. US note 24 to Ch. 4			
0406.40.54	Blue-veined cheese, nesoi, in original loaves, subject to add. US note 17 to Ch. 4			
0406.90.08	Cheddar cheese, neosi, subject to add. US note 18 to Ch. 4			
0406.90.12	Cheddar cheese, nesoi, not subject to gen. note 15 of the HTS or to add. US note 18 to Ch. 4			
0406.90.32	Goya cheese from cow's milk, not in original loaves, nesoi, not subject to gen. note 15 or to add. US note 21 to Ch. 4			
0406.90.41	Romano, Reggiano, Parmesan, Provolone, and Provoletti cheese, nesoi, from cow's milk, subject to add. US note 21 to Ch. 4			
0406.90.42	Romano, Reggiano, Parmesan, Provolone, and Provoletti cheese, nesoi, from cow's milk, not subj to GN 15 or Ch4 US note 21			
0406.90.43	Reggiano, Parmesan, Provolone, and Provoletti cheese, nesoi, not from cow's milk, not subject to gen. note 15			
0406.90.46	Swiss or Emmentaler cheese with eye formation, nesoi, subject to add. US note 25 to Ch. 4			
0406.90.48	Swiss or Emmentaler cheese with eye formation, nesoi, not subject to gen. note 15 or to add. US note 25 to Ch. 4			
0406.90.52	Colby cheese, nesoi, subject to add. US note 19 to Ch. 4 and entered pursuant to its pro- visions			
0406.90.54	Colby cheese, nesoi, not subject to gen, note 15 or to add. US note 19 to Ch. 4			
0406.90.57	Pecorino cheese, from sheep's milk, in original loaves, not suitable for grating			
0406,90,68	Cheeses & subst. for cheese(incl. mixt.), nesoi, w/romano/reggiano/parmesan/provolone/etc, f/cow milk, not subj. Ch4 US note 21, not GN15			
0406.90.72	Cheeses & subst. for cheese (incl. mixt.), nesoi, w/ or from blue-veined cheese, subj. to			

HTS	Product Description					
	add. US note 17 to Ch.4, not GN15					
0406.90.74	Cheeses & subst. for cheese (incl. mixt.), nesoi, w/ or from blue-veined cheese, not subj. to add. US note 17 to Ch.4, not GN15					
0406.90.78	Cheeses & subst. for cheese (incl. mixt.), nesoi, w/ or from cheddar cheese, not subj. to add. US note 18 to Ch.4, not GN15					
0406.90.82	Cheeses & subst. for cheese (incl. mixt.), nesoi, w/ or from Am. cheese except cheddar, subj. to add. US note 19 to Ch.4, not GN15					
0406.90.90	Cheeses & subst. for cheese (incl. mixt.), nesoi, w/ or from swiss, emmentaler or gruyere, subj. to add. US note 22 to Ch.4, not GN15					
0406,90.92	Cheeses & subst. for cheese (incl. mixt.), nesoi, w/ or from swiss, emmentaler or gruyere, not subj. Ch4 US note 22, not GN15					
0406.90.94	Cheeses & subst. for cheese (incl. mixt.), nesoi, w/butterfat n/o 0.5% by wt, not subject to add. US note 23 to Ch. 4, not GN15					
0406.90.95	Cheeses & subst. for cheese (incl. mixt.), nesoi, w/cows milk, w/butterfat o/0.5% by wt, subject to Ch 4 US note 16 (quota)					
0406.90.97	Cheeses & subst. for cheese (incl. mixt.), nesoi, w/cows milk, w/butterfat o/0.5% by wt, not subject to Ch4 US note 16, not GN15					
0406.90.99	Cheeses & subst. for cheese (incl. mixt.), nesoi, w/o cows milk, w/butterfat o/0.5% by wt, not GN15					
0805.10.00	Oranges, fresh or dried					
0805.21.00	Mandarins and other similar citrus hybrids including tangerines, satsumas, clementines, wilkings, fresh or dried					
0805.22.00	Clementines, fresh or dried, other					
0805.50.20	Lemons, fresh or dried					
0811.90.80	Fruit, nesoi, frozen, whether or not previously steamed or boiled					
0812.10.00	Cherries, provisionally preserved, but unsuitable in that state for immediate consumption					
0813.40.30	Cherries, dried					
1601.00.20	Pork sausages and similar products of pork, pork offal or blood; food preparations based on these products					
1602.41.90	Prepared or preserved pork hams and cuts thereof, not containing cereals or vegetables, nesoi					
1602.42.20	Pork shoulders and cuts thereof, boned and cooked and packed in airtight containers					
1602.42.40	Prepared or preserved pork shoulders and cuts thereof, other than boned and cooked and packed in airtight containers					
1602,49.10	Prepared or preserved pork offal, including mixtures					
1602.49.20	Pork other than ham and shoulder and cuts thereof, not containing cereals or vegetables, boned and cooked and packed in airtight containers					
1602.49.40	Prepared or preserved pork, not containing cereals or vegetables, nesoi					
1602.49.90	Prepared or preserved pork, nesoi					
1605.53.05	Mussels, containing fish meats or in prepared meals					
1605.53.60	Mussels, prepared or preserved					
1605.56.05	Products of clams, cockles, and arkshells containing fish meat, prepared meals					
1605.56.10	Razor clams, in airtight containers, prepared or preserved, nesoi					

HTS	Product Description
1605.56.15	Boiled clams in immediate airtight containers, the contents of which do not exceed 680 g gross weight
1605.56.20	Clams, prepared or preserved, excluding boiled clams, in immediate airtight containers, nesoi
1605.56.30	Clams, prepared or preserved, other than in airtight containers
1605.56.60	Cockles and arkshells, prepared or preserved
1605.59.05	Products of molluscs nesoi containing fish meat; prepared meals of molluscs nesoi
1605.59.60	Molluscs nesoi, prepared or preserved
2007.99.70	Currant and berry fruit jellies
2008.40.00	Pears, otherwise prepared or preserved, nesoi
2008.60.00	Cherries, otherwise prepared or preserved, nesoi
2008.70.20	Peaches (excluding nectarines), otherwise prepared or preserved, not elsewhere specifie or included
2008.97.90	Mixtures of fruit or other edible parts of plants, otherwise prepared or preserved, nesoi (excluding tropical fruit salad)
2009.89.20	Pear juice, concentrated or not concentrated
2009.89.40	Prune juice, concentrated or not concentrated
2009.89.65	Cherry juice, concentrated or not concentrated
2009.89.80	Juice of any single vegetable, other than tomato, concentrated or not concentrated
2208.70.00	Liqueurs and cordials

## **TABELLA 2** – DETTAGLIO PRODOTTI IMPORTATI DALL'ITALIA INTERESSATI DAI DAZI IN BASE AI DATI 2018

CODICE HS	DESCRIZIONE	IMPORT DA ITALIA ANNO 2018	VALORE DAZIO 25%	
0403.90.85	Fermented milk o/than dried fermented milk or o/than dried milk with added lactic ferments	22,559	5,640	
0405.10.10	Butter subject to quota pursuant to chapter 4 addi- tional US note 6	310,816	77,704	
0405.10.20	Butter not subject to general note 15 and in excess of quota in chapter 4 additional U.S. note 6	218,348	54,587	
0405.20.80	Other dairy spreads, not butter substitutes or of a type provided for in chapter 4 additional US note 1	34,241	8,560	
0406.10,58	Fresh (unrip./uncured) Italian-type cheeses from cow milk, cheese/substitutes cont or proc therefrom, not subj to Ch4 US note 21 or GN15	18,928	4,732	
0406.20.51	Romano, reggiano, provolone, provoletti, sbrinz and goya, made from cow's milk, grated or powdered, subject to add US note 21 to Ch.4	399,975	99,994	
0406,20.53	Romano, reggiano, provolone, provoletti, sbrinz and goya, made from cow's milk, grated or powdered, not subj to Ch4 US nte 21 or GN15	31,093		
0406.20.77	Cheese containing or processed from italian-type cheeses made from cow's milk, grated or powdered, subject to add US note 21 to Ch. 4	2,793,243	698,311	
0406.30.51	Gruyere-process cheese, processed, not grated or powdered, subject to add. US note 22 to Ch. 4	75,535	18,884	
0406.30.55	Processed cheeses made from sheep's milk, includ- ing mixtures of such cheeses, not grated or pow- dered	240,057	60,014	
0406.30.79	Processed cheese cont/procd from italian-type, not grated/powdered, not subject to add US note 21 to Ch. 4, not GN15	29,183	7,296	
0406,30.89	Processed cheese (incl. mixtures), nesoi, w/cow's milk, not grated or powdered, subject to add US note 16 to Ch. 4, not GN15		35,570	
0406,40.54	Blue-veined cheese, nesoi, in original loaves, subject to add. US note 17 to Ch. 4	1,569,753	392,438	
0406.90.41	Romano, Reggiano, Parmesan, Provolone, and Provoletti cheese, nesoi, from cow's milk, subject to add. US note 21 to Ch. 4		18,856,209	
0406.90.42	Romano, Reggiano, Parmesan, Provolone, and Pro- voletti cheese, nesoi, from cow's milk, not subj to to GN 15 or Ch4 US note 21	26,466,611		
0406.90.43	Reggiano, Parmesan, Provolone, and Provoletti cheese, nesoi, not from cow's milk, not subject to gen. note 15	4,070	1,018	
0406.90.46	Swiss or Emmentaler cheese with eye formation, nesoi, subject to add. US note 25 to Ch. 4	496,196	124,049	
0406.90.48	Swiss or Emmentaler cheese with eye formation,			

0406.90.57	Pecorino cheese, from sheep's milk, in original loaves, not suitable for grating	12,735,956	3,183,989
0406.90.68	Cheeses & subst. for cheese(incl. mixt.), nesoi, w/romano/reggiano/parmesan/provolone/etc, f/cow milk, not subj. Ch4 US note 21, not GN15	156,507	39,127
0406.90.74	Cheeses & subst, for cheese (incl. mixt.), nesoi, w/ or from blue-veined cheese, not subj. to add. US note 17 to Ch.4, not GN15	27,172	6,793
0406.90.78	Cheeses & subst. for cheese (incl. mixt.), nesoi, w/ or from cheddar cheese, not subj. to add. US note 18 to Ch.4, not GN15	12,232	3,058
0406,90.95	Cheeses & subst, for cheese (incl. mixt.), nesoi, w/cows milk, w/butterfat o/0.5% by wt, subject to Ch 4 US note 16 (quota)	13,508,672	3,377,168
0406.90.97	Cheeses & subst, for cheese (incl. mixt.), nesoi, w/cows milk, w/butterfat o/0.5% by wt, not subject to Ch4 US note 16, not GN15	8,656,252	2,164,063
0406.90.99	Cheeses & subst. for cheese (incl. mixt!), nesoi, w/o cows milk, w/butterfat o/0.5% by wt, not GN15	5,460,986	1,365,247
	FORMAGGI	228,401,297	57,100,324
0805.10.00	Oranges, fresh or dried	346,089	86,522
0805.50.20	Lemons, fresh or dried	92,159	23,040
0811.90.80	Fruit, nesoi, frozen, whether or not previously steamed or boiled	573,211	143,303
0812.10.00	Cherries, provisionally preserved, but unsuitable in that state for immediate consumption	5,022,732	1,255,683
0813.40.30	Cherries, dried	4,086	1,022
	FRUTTA	6,038,277	1,509,569
1601.00.20	Pork sausages and similar products of pork, pork of- fal or blood; food preparations based on these prod- ucts	11,547,777	2,886,944
1602.41.90	Prepared or preserved pork hams and cuts thereof, not containing cereals or vegetables, nesoi	42,411,476	10,602,869
1602.49.20	Pork other than ham and shoulder and outs thereof, not containing cereals or vegetables, boned and cooked and packed in airtight containers	190,683	47,671
1602.49.40	Prepared or preserved pork, not containing cereals or vegetables, nesoi	563,514	140,879
	CARNI LAVORATE	54,713,450	13,678,363
1605.53.60	Mussels, prepared or preserved	68,225	17,056
1605.56.05	Products of clams, cockles, and arkshells containing fish meat; prepared meals	9,662	2,416
1605.56.15	Boiled clams in immediate airtight containers, the contents of which do not exceed 680 g gross weight	18,583	4,646
1605.56.60	Cockles and arkshells, prepared or preserved	9,220	2,305
1605 59.05	Products of molluses nesoi containing fish meat,	32,401	8,100

	prepared meals of molluscs nesoi		
1605.59.60	Mollusos nesoi, prepared or preserved	151,057	37,764
	FRUTTI DI MARE	289,148	72,287
2008.40.00	Pears, otherwise prepared or preserved, nesoi	78,368	19,592
2008.60.00	Cherries, otherwise prepared or preserved, nesoi	12,254,445	3,063,611
2008.70.20	Peaches (excluding nectarines), otherwise prepared or preserved, not elsewhere specified or included	54,006	13,502
2008.97.90	Mixtures of fruit or other edible parts of plants, oth- erwise prepared or preserved, nesoi (excluding tropi- cal fruit salad)	284,321	71,080
2009.89.20	Pear juice, concentrated or not concentrated	175,251	43,813
2009.89.80	Juice of any single vegetable, other than tomato, concentrated or not concentrated	3,280,418	820,108
	CONSERVE E SUCCHI DI FRUTTA	16,126,809	4,031,702
2208.70.00	Liqueurs and cordials	162,910,063	40,727,516
	LIQUORI E CORDIALI	162,910,063	40,727,516
TOTALE		468,479,044	117,119,761

**TABELLA 3** – DETTAGLIO PER PRINCIPALI PAESI UE INTERESSATI DAI DAZI

	Prodotti	IMPORT USA 2018	% sul totale
Regno Unito	Totale prodotti	60.783.088.085	100,0%
	Totale prodotti coinvolti	1.883.570.792	3,1%
	Whiskies	1.565.234.808	2,6%
	Formaggi	61.745.481	0,1%
	Carne Suina Surgelata	51.283.775	0,1%
	Biscotti	46.550.905	0,1%
	Liquori e Cordiali	22.927.878	0,0%
	Altro agroalimentari	13.634.340	0,0%
	Prodotti della stampa	23.313.634	0,0%
	Tessile e abbigliamento	16.932.246	0,0%
	Macchine e apparecchi elettrici	81.947.725	0,1%
Francia	Totale Prodotti	52.431.765.037	6,1%
	Totale prodotti coinvolti	3.176.687.632	3,7%
	Aeronautica	1.942.904.951	2,4%
	Vino	1.233.782.681	32,8%
Spagna	Totale Prodotti	17.210.148.055	100,0%
	Totale prodotti coinvolti	812.043.091	4,7%
	Olio di Oliva	298.016.354	1,7%
	Vino	202.564.054	1,2%
	Olive	138.143.592	0,8%
	Formaggi	106.274.532	0,6%
	Carne Suina Surgelata	29.027.117	0,2%
	Altro agroalimentari	38.017.442	0,2%
Italia	Totale Prodotti	54.743.541.331	100,0%
	Totale prodotti coinvolti	468.479.044	0,9%
	Formaggi	228.401.297	0,4%
	Liquori e Cordiali	162.910.063	0,3%
	Carni Lavorate	54.713.450	0,1%
	Conserve e Succhi di Frutta	16.126.809	0,0%
	Frutta	6.038.277	0,0%
	Frutti di Mare	289.148	0,0%
Irlanda	Frutti di Mare Totale Prodotti	289.148 <b>57.454.491.942</b>	
Irlanda			100,0%
Irlanda	Totale Prodotti	57.454.491.942	0,0% <b>100,0%</b> 0,8% 0,4%
Irlanda	<b>Totale Prodotti</b> Totale prodotti coinvolti	<b>57.454.491.942</b> 467.584.726	<b>100,0%</b>
Irlanda	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali	<b>57.454.491.942</b> 467.584.726 243.761.918	0,8% 0,4%
Irlanda Germania	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali Formaggi	<b>57.454.491.942</b> 467.584.726 243.761.918 223.419.804	100,0% 0,8% 0,4% 0,4% 0,0%
	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali Formaggi Altro agroalimentari	57.454.491.942 467.584.726 243.761.918 223.419.804 403.004	100,0% 0,8% 0,4% 0,4% 0,0% 100,0%
	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti	57.454.491.942 467.584.726 243.761.918 223.419.804 403.004 125.848.916.692	100,0% 0,8% 0,4% 0,4% 0,0% 100,0%
	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti	57.454.491.942 467.584.726 243.761.918 223.419.804 403.004 125.848.916.692 2.354.141.912	100,0% 0,8% 0,4% 0,4% 0,0% 100,0%
	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Aeronautica	57.454.491.942 467.584.726 243.761.918 223.419.804 403.004 125.848.916.692 2.354.141.912 1.571.615.431	100,0% 0,8% 0,4% 0,4% 0,0% 100,0% 1,9% 1,2%
	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Aeronautica Liquori e Cordiali	57.454.491.942 467.584.726 243.761.918 223.419.804 403.004 125.848.916.692 2.354.141.912 1.571.615.431 113.807.088	100,0%  0,8% 0,4% 0,4% 0,0% 100,0% 1,9% 1,2% 0,1%
	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Aeronautica Liquori e Cordiali Vino	57.454.491.942 467.584.726 243.761.918 223.419.804 403.004 125.848.916.692 2.354.141.912 1.571.615.431 113.807.088 93.558.175	100,0%  0,8% 0,4% 0,0% 100,0% 100,0% 1,9% 1,2% 0,1% 0,1% 0,1%
	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Aeronautica Liquori e Cordiali Vino Biscotti	57.454.491.942 467.584.726 243.761.918 223.419.804 403.004 125.848.916.692 2.354.141.912 1.571.615.431 113.807.088 93.558.175 93.166.877	100,0%  0,8% 0,4% 0,0% 100,0% 1,9% 1,2% 0,1% 0,1% 0,1% 0,0% 0,0%
	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Aeronautica Liquori e Cordiali Vino Biscotti Formaggi	57.454.491.942 467.584.726 243.761.918 223.419.804 403.004 125.848.916.692 2.354.141.912 1.571.615.431 113.807.088 93.558.175 93.166.877 55.417.655	100,0%  0,8% 0,4% 0,0% 100,0% 1,9% 1,2% 0,1% 0,1% 0,1% 0,0%
	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Aeronautica Liquori e Cordiali Vino Biscotti Formaggi Caffé	57.454.491.942 467.584.726 243.761.918 223.419.804 403.004 125.848.916.692 2.354.141.912 1.571.615.431 113.807.088 93.558.175 93.166.877 55.417.655 38.881.207	100,0%  0,8% 0,4% 0,0% 100,0% 1,9% 1,2% 0,1% 0,1% 0,1% 0,0% 0,0% 0,0%
	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Aeronautica Liquori e Cordiali Vino Biscotti Formaggi Caffé Altro agroalimentari	57.454.491.942 467.584.726 243.761.918 223.419.804 403.004 125.848.916.692 2.354.141.912 1.571.615.431 113.807.088 93.558.175 93.166.877 55.417.655 38.881.207 11.000.287	100,0%  0,8% 0,4% 0,0% 100,0% 1,9% 1,2% 0,1% 0,1% 0,1% 0,0% 0,0%
	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Aeronautica Liquori e Cordiali Vino Biscotti Formaggi Caffé Altro agroalimentari Prodotti della stampa	57.454.491.942 467.584.726 243.761.918 223.419.804 403.004 125.848.916.692 2.354.141.912 1.571.615.431 113.807.088 93.558.175 93.166.877 55.417.655 38.881.207 11.000.287 29.546.560	100,0%  0,8% 0,4% 0,0% 100,0% 1,9% 1,2% 0,1% 0,1% 0,0% 0,0% 0,0% 0,0% 0,3%
Germania	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Aeronautica Liquori e Cordiali Vino Biscotti Formaggi Caffé Altro agroalimentari Prodotti della stampa Macchinari e apparecchi	57.454.491.942 467.584.726 243.761.918 223.419.804 403.004 125.848.916.692 2.354.141.912 1.571.615.431 113.807.088 93.558.175 93.166.877 55.417.655 38.881.207 11.000.287 29.546.560 347.148.632	100,0%  0,8% 0,4% 0,4% 0,0%  100,0%  1,9% 1,2% 0,1% 0,1% 0,0% 0,0% 0,0% 0,0% 1,0% 1,0
Germania	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Aeronautica Liquori e Cordiali Vino Biscotti Formaggi Caffé Altro agroalimentari Prodotti della stampa Macchinari e apparecchi	57.454.491.942 467.584.726 243.761.918 223.419.804 403.004 125.848.916.692 2.354.141.912 1.571.615.431 113.807.088 93.558.175 93.166.877 55.417.655 38.881.207 11.000.287 29.546.560 347.148.632 8.857.623.745	100,0%  0,8% 0,4% 0,0% 100,0% 1,9% 1,2% 0,1% 0,1% 0,0% 0,0% 0,0% 1,0% 0,0% 0,0
Germania	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Aeronautica Liquori e Cordiali Vino Biscotti Formaggi Caffé Altro agroalimentari Prodotti della stampa Macchinari e apparecchi  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti	57.454.491.942 467.584.726 243.761.918 223.419.804 403.004 125.848.916.692 2.354.141.912 1.571.615.431 113.807.088 93.558.175 93.166.877 55.417.655 38.881.207 11.000.287 29.546.560 347.148.632 8.857.623.745	100,0%  0,8% 0,4% 0,4% 0,0% 100,0% 1,9% 1,2% 0,1% 0,1% 0,0% 0,0% 0,0% 1,0% 0,0% 0,0
Germania Danimarca	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Aeronautica Liquori e Cordiali Vino Biscotti Formaggi Caffé Altro agroalimentari Prodotti della stampa Macchinari e apparecchi  Totale Prodotti  Totale prodotti  Totale prodotti Formaggi	57.454.491.942 467.584.726 243.761.918 223.419.804 403.004 125.848.916.692 2.354.141.912 1.571.615.431 113.807.088 93.558.175 93.166.877 55.417.655 38.881.207 11.000.287 29.546.560 347.148.632 8.857.623.745 58.022.397 45.498.243	100,0% 0,8% 0,4% 0,4% 0,0% 100,0% 1,9% 1,2% 0,1% 0,1% 0,0% 0,0% 0,0% 1,0% 0,0% 0,0
Germania Danimarca	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Aeronautica Liquori e Cordiali Vino Biscotti Formaggi Caffé Altro agroalimentari Prodotti della stampa Macchinari e apparecchi  Totale Prodotti  Totale prodotti Formaggi Altro agroalimentari	57.454.491.942 467.584.726 243.761.918 223.419.804 403.004 125.848.916.692 2.354.141.912 1.571.615.431 113.807.088 93.558.175 93.166.877 55.417.655 38.881.207 11.000.287 29.546.560 347.148.632 8.857.623.745 58.022.397 45.498.243 12.524.154	100,0%  0,8% 0,4% 0,4% 0,0% 100,0% 1,9% 1,2% 0,1% 0,1% 0,0% 0,0% 0,0% 100,0% 0,0% 100,0% 100,0% 100,0% 100,0%
Germania Danimarca	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Aeronautica Liquori e Cordiali Vino Biscotti Formaggi Caffé Altro agroalimentari Prodotti della stampa Macchinari e apparecchi  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Formaggi Altro agroalimentari	57.454.491.942 467.584.726 243.761.918 223.419.804 403.004 125.848.916.692 2.354.141.912 1.571.615.431 113.807.088 93.558.175 93.166.877 55.417.655 38.881.207 11.000.287 29.546.560 347.148.632 8.857.623.745 58.022.397 45.498.243 12.524.154	100,0% 0,8% 0,4% 0,4% 0,0% 100,0% 1,9% 1,2% 0,1% 0,1% 0,0% 0,0% 0,0% 100,0% 100,0% 0,1% 100,0% 100,0% 3,3%
Germania Danimarca	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale Prodotti coinvolti Aeronautica Liquori e Cordiali Vino Biscotti Formaggi Caffé Altro agroalimentari Prodotti della stampa Macchinari e apparecchi  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Formaggi Altro agroalimentari Totale Prodotti  Totale Prodotti  Totale Prodotti  Totale Prodotti	57.454.491.942 467.584.726 243.761.918 223.419.804 403.004 125.848.916.692 2.354.141.912 1.571.615.431 113.807.088 93.558.175 93.166.877 55.417.655 38.881.207 11.000.287 29.546.560 347.148.632 8.857.623.745 58.022.397 45.498.243 12.524.154 1.605.764.628	100,0% 0,8% 0,4% 0,4% 0,0% 100,0% 1,9% 1,2% 0,1% 0,1% 0,0% 0,0% 0,0% 100,0% 100,0% 0,1% 100,0% 100,0% 100,0% 100,0% 100,0% 100,0% 100,0% 100,0% 100,0% 100,0%
Germania Danimarca	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale Prodotti coinvolti Aeronautica Liquori e Cordiali Vino Biscotti Formaggi Caffé Altro agroalimentari Prodotti della stampa Macchinari e apparecchi  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Formaggi Altro agroalimentari Totale Prodotti Totale prodotti coinvolti Formaggi Altro agroalimentari	57.454.491.942 467.584.726 243.761.918 223.419.804 403.004 125.848.916.692 2.354.141.912 1.571.615.431 113.807.088 93.558.175 93.166.877 55.417.655 38.881.207 11.000.287 29.546.560 347.148.632 8.857.623.745 58.022.397 45.498.243 12.524.154 1.605.764.628 52.194.492 26.118.517	100,0%  0,8% 0,4% 0,0% 100,0% 1,9% 1,2% 0,1% 0,1% 0,0% 0,0% 0,0% 100,0% 100,0% 100,0% 100,0% 100,0% 100,0% 1,1%
Germania	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale Prodotti coinvolti Aeronautica Liquori e Cordiali Vino Biscotti Formaggi Caffé Altro agroalimentari Prodotti della stampa Macchinari e apparecchi  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Formaggi Altro agroalimentari Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale Prodotti	57.454.491.942 467.584.726 243.761.918 223.419.804 403.004 125.848.916.692 2.354.141.912 1.571.615.431 113.807.088 93.558.175 93.166.877 55.417.655 38.881.207 11.000.287 29.546.560 347.148.632 8.857.623.745 58.022.397 45.498.243 12.524.154 1.605.764.628 52.194.492 26.118.517 17.051.911	100,0%  0,8% 0,4% 0,0% 100,0% 1,9% 1,2% 0,1% 0,1% 0,0% 0,0% 0,0% 0,0% 100,0% 0,0%
Germania  Danimarca  Grecia	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale Prodotti coinvolti Aeronautica Liquori e Cordiali Vino Biscotti Formaggi Caffé Altro agroalimentari Prodotti della stampa Macchinari e apparecchi  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Formaggi Altro agroalimentari  Totale prodotti coinvolti Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Conserve di Frutta Formaggi Altro agroalimentari	57.454.491.942 467.584.726 243.761.918 223.419.804 403.004 125.848.916.692 2.354.141.912 1.571.615.431 113.807.088 93.558.175 93.166.877 55.417.655 38.881.207 11.000.287 29.546.560 347.148.632 8.857.623.745 58.022.397 45.498.243 12.524.154 1.605.764.628 52.194.492 26.118.517 17.051.911 9.024.064	100,0%  0,8% 0,4% 0,0% 100,0% 1,9% 1,2% 0,1% 0,1% 0,0% 0,0% 0,0% 0,0% 0,0% 100,0% 100,0% 1,1% 100,0% 1,1% 100,0% 1,1% 100,0% 1,1% 1,1
Germania  Danimarca  Grecia	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Aeronautica Liquori e Cordiali Vino Biscotti Formaggi Caffé Altro agroalimentari Prodotti della stampa Macchinari e apparecchi  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Formaggi Altro agroalimentari  Totale prodotti coinvolti Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Conserve di Frutta Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale Prodotti	57.454.491.942 467.584.726 243.761.918 223.419.804 403.004 125.848.916.692 2.354.141.912 1.571.615.431 113.807.088 93.558.175 93.166.877 55.417.655 38.881.207 11.000.287 29.546.560 347.148.632 8.857.623.745 58.022.397 45.498.243 12.524.154 1.605.764.628 52.194.492 26.118.517 17.051.911 9.024.064 24.503.747.748	100,0%  0,8% 0,4% 0,0% 100,0% 1,9% 1,2% 0,1% 0,1% 0,0% 0,0% 0,0% 0,0% 100,0% 100,0% 1,1% 100,0% 1,1% 100,0% 1,1% 100,0% 1,1% 0,6% 100,0%
Germania  Danimarca  Grecia	Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Liquori e Cordiali Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale Prodotti coinvolti Aeronautica Liquori e Cordiali Vino Biscotti Formaggi Caffé Altro agroalimentari Prodotti della stampa Macchinari e apparecchi  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Formaggi Altro agroalimentari  Totale prodotti coinvolti Formaggi Altro agroalimentari  Totale Prodotti  Totale Prodotti  Totale prodotti coinvolti Conserve di Frutta Formaggi Altro agroalimentari	57.454.491.942 467.584.726 243.761.918 223.419.804 403.004 125.848.916.692 2.354.141.912 1.571.615.431 113.807.088 93.558.175 93.166.877 55.417.655 38.881.207 11.000.287 29.546.560 347.148.632 8.857.623.745 58.022.397 45.498.243 12.524.154 1.605.764.628 52.194.492 26.118.517 17.051.911 9.024.064	100,0%  0,8% 0,4% 0,0% 100,0% 1,9% 1,2% 0,1% 0,1% 0,0% 0,0% 0,0% 0,0% 0,0% 100,0% 100,0% 1,1% 100,0% 1,1% 100,0% 1,1% 100,0% 1,1% 1,1

Fonte: Elaborazioni ICE su dati US Census Bureau

**TABELLA 4** – DETTAGLIO PER PRINCIPALI PAESI UE INTERESSATI DAI DAZI SUL SETTORE AGROALIMENTARE

		IMPORT USA 2018	% sul
PAESI	Prodotti	Agroalimentare *	totale
Regno Unito		1.761.377.187	100,00
Regilo Offico	Whiskies	1.565.234.808	88,86
	Formaggi	61.745.481	3.51
	Carne Suina Surgelata	51.283.775	2,91
	Biscotti	46.550.905	2,64
	Liquori e Cordiali	22.927.878	1,30
	Altri	13.634.340	0,77
Francia	Aitti	1.233.782.681	
Fialicia	Vino	1.233.782.681	<b>100,00</b> 100,00
Spagna .	VIIIO		
Spagna	Olia di Oliva	812.043.091	100,00
	Olio di Oliva	298.016.354	36,70
	Vino	202.564.054	24,94
	Olive	138.143.592	17,01
	Formaggi	106.274.532	13,09
	Carne Suina Surgelata	29.027.117	3,57
	Altri	38.017.442	4,68
Italia		468.479.044	100,00
	Formaggi	228.401.297	48,75
	Liquori e Cordiali	162.910.063	34,77
	Carni Lavorate	54.713.450	11,68
	Conserve e Succhi di Frutta	16.126.809	3,44
	Frutta	6.038.277	1,29
	Frutti di Mare	289.148	0,06
Irlanda		467.584.726	100,00
	Liquori e Cordiali	243.761.918	52,13
	Formaggi	223.419.804	47,78
	Altri	403.004	0,09
Germania		405.831.289	100,00
	Liquori e Cordiali	113.807.088	28,04
	Vino	93.558.175	23,05
	Biscotti	93.166.877	22,96
	Formaggi	55.417.655	13,66
ı	Caffé	38.881.207	9,58
	Altri	11.000.287	2,71
Danimarca		58.022.397	100,00
Formaggi		45.498.243	78,41
	Altri	12.524.154	21,59
Grecia		52.194.492	100,00
	Conserve di Frutta	26.118.517	50,04
	Formaggi	17.051.911	32,67
	Altri	9.024.064	17,29
Paesi Bassi	7 11 61 1	45.279.670	100,00
. acsi bassi	Formaggi	43.986.455	97,14
	Formaggi Altri	1.293.215	
	Milli	1.293.215	2,86

Fonte: Elaborazioni ICE su dati US Census Bureau

TABELLA 5 – ANALISI REGIONALE DELLE CATEGORIE COLPITE DA DAZI

		Export region	onale vs USA (valo	ori in euro)			
		Pesce,			Stima liquori	Share sul	Share sul
	Carne lavorata	crostacei e		Prodotti delle	(7% del	totale	totale
	e conservata e	molluschi	Frutta e ortaggi	industrie	totale	dell'export	dell'export
	prodotti a base	lavorati e	lavorati e	lattiero-	categoria	della regione	della regione
Regione	di carne	conservati	conservati	casearie	Bevande)	vs gli USA	vs il Mondo
Lazio	5.842	126.668	22.804.482	5.716.127	2.156.597	1,33%	0,14%
Marche	6.177	16.050	3.554.336	46.947	718.639	0,53%	0,04%
Toscana	808.070	22.423	3.605.497	5.669.434	24.850.173	0,90%	0,10%
Umbria		3.273	2.132.016	5.649	859.404	0,78%	0,07%
Sardegna		218.662	236.451	60.042.533	357.202	9,14%	1,06%
Sicilia		4.044.716	13.867.554	1.642.466	1.898.622	3,16%	0,20%
Abruzzo	63.024	238.496	17.148.079	96.447	1.741.364	3,85%	0,22%
Basilicata			27.557	474.005	66.381	0,03%	0,01%
Calabria	7.720	669.014	2.222.851	659.520	107.042	5,94%	0,67%
Campania	439.476	281.564	98.156.265	10.828.559	1.206.798	10,41%	1,03%
Molise			160.699	213.467	57.797	0,29%	0,07%
Puglia	114.985	1.983.370	9.187.124	1.301.058	679.574	1,86%	0,16%
Liguria	153.145	129.973	4.079.356	768.404	216.714	0,70%	0,07%
Lombardia	33.064.659	1.410.432	17.102.638	58.396.149	20.204.247	1,30%	0,10%
Piemonte	444.527	2.156	3.022.609	6.190.656	24.353.204	0,78%	0,07%
Valle d'Aosta				622.808	63.923	1,52%	0,09%
Emilia-Romagna	65.754.416	202.088	19.365.473	95.085.526	6.361.818	3,00%	0,29%
Friuli-Venezia Giulia	13.580.434	-	4.480	664.001	2.821.533	0,76%	0,11%
Trentino Alto Adige	2.205.146	11.590	14.862.415	3.018.084	15.326.955	5,65%	0,41%
Veneto	9.763.346	408.974	7.457.945	31.252.217	31.810.890	1,55%	0,13%
Totale complessivo	126.410.967	9.769.449	238.997.827	282.694.057	135.858.875	1,87%	0,17%

Elaborazioni ICE su dati ISTAT

Nota: L'analisi è stata condotta usando i Codici Ateco3 (categoria più granulare a nostra disposizione per le esportazioni regionali). Il totale dei prodotti inclusi nella nostra stima saranno soggetti a misure.

Nota bis: Per la categoria liquori abbiamo considerato il 7% del totale dell'export della categoria Ateco3 Bevande, in quanto da una stima dei dati di produzione nazionali emerge che solo il 7% del totale della categoria bevande è relativo a prodotti alcolici diversi dal vino

# **RAPPORTO ICE 2018 - 2019**

L'Italia nell'economia internazionale

**HIGHLIGHTS** 



20 19





## **Rapporto ICE 2018-2019**

### **EXECUTIVE SUMMARY**

### Lo scenario

L'export è un driver fondamentale per la crescita economica. E i dati lo dimostrano: in un contesto globale caratterizzato da una fase di rallentamento dei tassi di crescita del Pil mondiale, il commercio internazionale registra performance tutto sommato positive. Gli scambi internazionali di beni e servizi sono cresciuti del 3,8 per cento nel 2018, dopo una crescita del 4,6 per cento dell'anno precedente. Complici, infatti, alcune dinamiche frenanti ascrivibili alle incertezze della Brexit, agli orientamenti protezionistici assunti dalle politiche commerciali in diversi paesi, a cominciare dagli Stati Uniti, e alla sfida tecnologica fra Stati Uniti e Cina. Nel corso del 2018 si sono anche create tensioni commerciali fra Stati Uniti e Unione Europea. Ne è derivata una spirale di dazi e contro-dazi, e di aumento delle barriere tecniche non tariffarie, che rischia di ripercuotersi in tutta la rete degli scambi internazionali.

L'anno 2019 si è aperto con una previsione di crescita del commercio internazionale nell'ordine del 3,4 per cento (fonte FMI). Tuttavia, secondo l'OCSE la prosecuzione di queste tensioni porterebbe una contrazione dell'1,6 per cento dei tassi di crescita del commercio mondiale entro il 2021, rispetto alle stime correnti.

I paesi asiatici emergenti si sono confermati anche nel 2018 tra i mercati più dinamici, al pari del Nord America e dell'America Latina, con una crescita delle importazioni di merci del 5 per cento, nettamente superiore alla media mondiale.

Per quanto concerne i principali settori, l'aumento più consistente nel 2018 è stato registrato dagli scambi mondiali di materie prime e derivati, sospinti verso l'alto anche dal rialzo dei prezzi. Anche nell'industria farmaceutica, nella chimica, negli apparecchi elettrici e nella meccanica la crescita degli scambi mondiali è stata superiore alla media, mentre i settori tradizionali dei beni di consumo per la persona e per la casa sono risultati meno dinamici, invertendo la tendenza positiva degli anni precedenti. Gli scambi di servizi sono aumentati del 7,7 per cento nel 2018.

### L'Italia

In questo scenario di luci e ombre, e di inasprimento del contesto del commercio mondiale, le esportazioni italiane sono cresciute ulteriormente a dimostrazione dell'eccellenza dell'offerta del made in Italy e a conferma che l'export rimane un fattore trainante della nostra economia. Sebbene il Pil italiano a fine 2018 fosse ancora del 3,1 per cento inferiore al pre-crisi (2008), nel medesimo periodo 2008-2018 l'export italiano è aumentato del 16,9% (fonte Centro Studi Assolombarda).

Il grado di apertura internazionale dell'economia italiana, sia in termini di propensione a esportare sia di penetrazione delle importazioni sulla domanda interna, è simile a quello degli altri maggiori paesi dell'Eurozona ed è ulteriormente aumentato nel 2018, prolungando la tendenza in corso dal 2010.

L'export italiano di beni e servizi oggi rappresenta circa il 32 per cento del Pil e contribuisce a un saldo positivo della bilancia commerciale di 44 miliardi di euro, pari al 2,2 per cento del Pil.

45

Anche l'andamento della quota di mercato mondiale delle esportazioni italiane di merci a prezzi correnti ha fatto registrare un lieve recupero a partire dal 2013, invertendo la tendenza declinante del ventennio precedente, grazie sia ai mutamenti nella composizione merceologica della domanda mondiale, che si è orientata maggiormente verso i prodotti del made in Italy, sia alla caduta dei prezzi delle materie prime.

In particolare, nel corso del 2018, le esportazioni sono aumentate dell'1,9 per cento, mentre le importazioni sono cresciute del 2,3 per cento.

Nei primi mesi del 2019 la crescita dell'export italiano sull'analogo periodo dell'anno precedente è stimata del 4 per cento (fonte ISTAT), nonostante un contesto del commercio mondiale colpito dal protrarsi dei già indicati fattori di incertezza, cui si aggiunge un generale rallentamento del settore mondiale dell'automobile.

Nel 2018 la crescita delle esportazioni italiane è stata trainata dal mercato dell'Unione Europea (+4,1 per cento) più che dalle aree extra-UE (+1,7 per cento), ma aumenti consistenti sono stati registrati anche in India, Stati Uniti e Canada.

Sul rallentamento nelle aree extra-UE hanno influito anche l'apprezzamento dell'euro, l'aumento delle tensioni nelle politiche commerciali e la debolezza di alcune tradizionali aree di sbocco nel Mediterraneo e in Medio Oriente.

L'Italia è il nono paese esportatore al mondo con una quota di mercato del 2,9 per cento nel 2018.

La, seppur lieve, ripresa registrata dalla quota di mercato mondiale delle esportazioni italiane negli ultimi anni si deve essenzialmente ai risultati brillanti conseguiti nel Nord America e in alcuni mercati asiatici, come il Giappone e la Corea del Sud. Il Nord America e l'Asia orientale sono anche le aree in cui sono aumentati maggiormente sia il numero delle imprese italiane presenti con le proprie esportazioni, sia il valore medio delle vendite per impresa.

Resta invece più limitata la quota di mercato in **Cina** (0,9 per cento) a fronte della grande dimensione e forte crescita dei consumi di questo paese. L'Italia è per la Cina solo il quarto partner commerciale tra i paesi UE (dopo Germania, Regno Unito e Francia) e il 24esimo a livello mondiale. Ci sono quindi ampi margini di miglioramento. Bisogna guardare avanti con ottimismo perché la Cina è un'opportunità, un grande mercato in forte crescita e il Sistema Italia vuole aiutare le imprese a esportarvi di più. Vediamo grandi spazi di collaborazione nei macchinari, nella moda, nell'agroalimentare e nell'e-commerce e, in collaborazione con la Cina, in paesi terzi dell'Africa e del Sudest asiatico in particolare.

Per quanto riguarda i **settori**, in generale, **le migliori performance dell'export italiano nel mondo sono state realizzate in quelli che producono beni intermedi, nel farmaceutico, nell'ICT e nel sistema moda che hanno fatto registrare tassi di crescita superiori alla media.** 

In tutti i principali settori del made in Italy i valori unitari delle esportazioni continuano a crescere più dei prezzi. Questo divario può essere considerato un segno del miglioramento qualitativo del mix di prodotti esportati, anche per effetto del processo di selezione competitiva delle imprese e dell'ulteriore miglioramento della percezione del made in Italy tra i consumatori internazionali.

Nel settore dei servizi le esportazioni italiane sono aumentate del 5,5 per cento nel 2018, trainate soprattutto dal turismo, mentre la crescita è risultata più debole nei servizi alle imprese. Nel complesso del terziario, la quota di mercato mondiale dell'Italia ha frenato la tendenza declinante in corso da molti anni ed è rimasta invariata al 2,1 per cento, un livello comunque più basso di quello registrato negli scambi di merci.

L'economia italiana è fortemente caratterizzata da una grande presenza di piccole e medie imprese; non sorprende, pertanto, guardando alla classe dimensionale delle aziende esportatrici che, a confronto con gli altri prin-

cipali paesi dell'Eurozona, la distribuzione delle esportazioni in Italia sia fortemente orientata verso le imprese di piccola e media dimensione. Le circa 9.600 medie imprese italiane hanno fatto registrare nel 2016 un valore delle esportazioni di 11 milioni per impresa, quasi il doppio di quello delle medie imprese francesi, spagnole e tedesche.

Il riflesso di questa caratteristica è l'alto numero di esportatori abituali, un totale di 125.920 nel 2017, e l'opportunità, anche con il supporto del Sistema Paese, di espanderne ulteriormente il numero.

In un quadro economico e industriale ancora eterogeneo sul piano geografico, rimangono pronunciate le disparità territoriali delle esportazioni italiane di merci, con il 40 per cento proveniente dall'Italia nord-occidentale, il 33 per cento dall'Italia nord-orientale, il 16 per cento dall'Italia centrale e solo l'11 per cento dal Mezzogiorno. Può apparire positivo l'incremento registrato nel 2018 delle esportazioni dal Mezzogiorno (5,5 per cento); tuttavia questo dato appare collegato a fattori specifici (come il valore dei prodotti raffinati del petrolio esportati dal Sud) piuttosto che a segnali di sviluppo strutturale. Un'azione promozionale e di formazione più spinta verso le piccole imprese e i settori più tipici dell'industria del Mezzogiorno è orientata a supportare il ruolo dell'economia di questo territorio sui mercati mondiali.

Confrontando, infine, le imprese esportatrici italiane con quelle che operano soltanto sul mercato interno, emerge da questo Rapporto che le prime hanno normalmente un vantaggio consistente in termini di produttività del lavoro, livello medio delle retribuzioni, intensità di capitale investito e numero medio di addetti per impresa.

### Le linee d'azione dell'ICE

In un contesto del commercio mondiale maggiormente incerto negli scenari e in rapida evoluzione nei fattori competitivi, l'azione di promozione dell'ICE vuole recuperare energia e rinnovarsi, puntando su due sfide decisive per il successo delle imprese italiane sui mercati internazionali: la digitalizzazione e la sostenibilità. Due paradigmi fondamentali per garantire la competitività delle nostre imprese sui mercati, il valore aggiunto della produzione, l'innovazione, e in definitiva, sostenere nel tempo l'eccellenza del made in Italy.

Due paradigmi che si incontrano entrambi nelle esigenze del moderno consumatore, soprattutto i cosiddetti Millennials e la Generazione Zeta, che sempre di più vuole sapere quanto sia sostenibile il prodotto acquistato, da dove arrivi, come sia stato prodotto e dove vada a finire dopo il consumo.

Per questo ICE intende operare sullo sviluppo di soluzioni per la tracciabilità dei prodotti, come ad esempio la blockchain, per assicurare il duplice obbiettivo di tutela del made in Italy e di differenziazione dell'offerta italiana di prodotti sostenibili.

In aggiunta al continuo supporto - rafforzato dai nuovi indirizzi sopraccitati - ai settori di esportazione tipici del made in Italy, come la moda, agroalimentare, design e meccanica, l'Italia può oggi presentarsi sui mercati internazionali anche come partner tecnologico per l'evoluzione sostenibile e digitale dei modelli di sviluppo economico di molti paesi.

Con l'obbiettivo di creare nuove opportunità per i giovani e per le imprese l'ICE implementerà sempre di più iniziative di formazione per export manager sul territorio, quelle che riguardano l'integrazione di filiera e quelle rivolte alla crescita delle start up sui mercati internazionali.

Digitalizzazione, sostenibilità e start up sono espressione di un quarto campo semantico: l'innovazione. Sostenere l'export attraverso l'innovazione è pertanto fondamentale per la crescita del Paese, lo sviluppo del territorio, l'occupazione e l'inclusione dei giovani nel mondo del lavoro.

Luglio 2019





COMPONENTE EXPORT DEL PIL IN CRESCITA DAL 2008\* AD OGGI

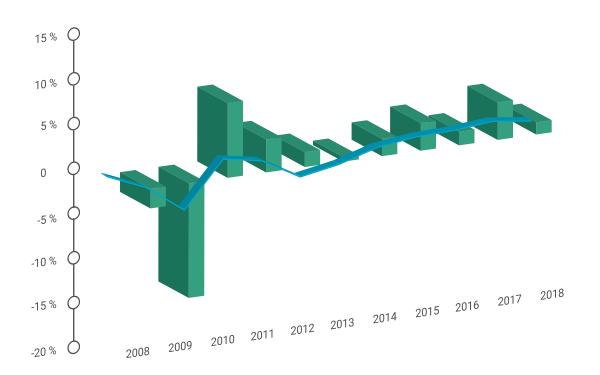
UNICA COMPONENTE A CRESCERE

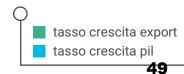
16.4%) Investimenti dal 2008 al 2018

Fonte: Centro Studi Assolombarda

<sup>\*</sup>Anno di avvio della crisi indotta dai mercati finanziari

## CRESCITA EXPORT E CRESCITA PIL 2008 - 2018











## (2,2% DEL PIL)

SALDO COMMERCIALE SEMPRE IN ATTIVO DAL 2013

Posizione patrimoniale netta dell'Italia con l'estero in costante miglioramento dal 2014



Saldo delle merci in ampio attivo



Saldo dei servizi in lieve passivo

## CHI VA MEGLIO DELL'ITALIA IN EU



HA ATTIVO COMMERCIALE PIÙ AMPIO IN EUROPA (6,9% DEL PIL)

## CHI VA PEGGIO DELL'ITALIA IN EU



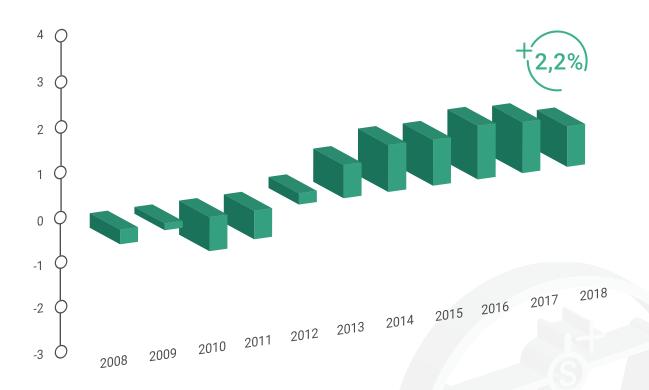
-2,9% DEL PIL (FR



-3,2% DEL PIL

Fonte: elaborazioni ICE su dati OMC

## SALDO DELLA BILANCIA COMMERCIALE DELL'ITALIA



Saldo della bilancia commerciale in percentuale del PIL





LA MECCANICA CONFERMA IL SUO PRIMATO

### SEGUITA DA:



FASHION



ARREDAMENTO



VETRO E CERAMICA



APPARECCHI ELETTRICI



ARTICOLI IN GOMMA

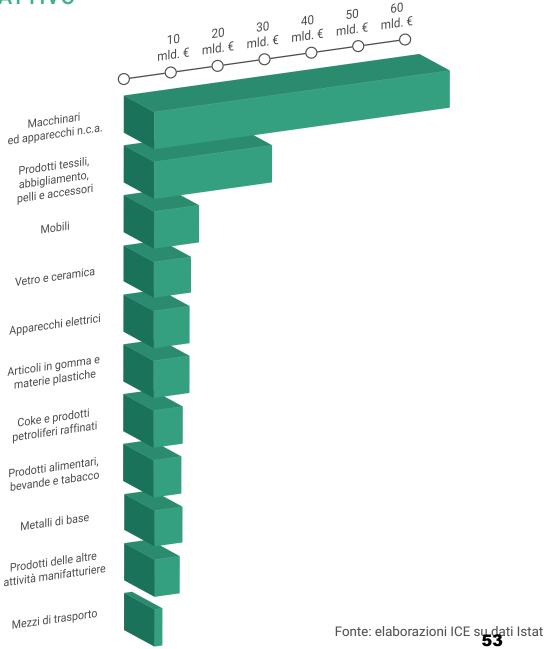


COKE E PRODOTTI PETROLIFERI



**52** 

## I SETTORI CHE CONTRIBUISCONO AL SALDO ATTIVO





32,1% RAPPORTO EXPORT/PIL IN LINEA CON SPAGNA E FRANCIA INFERIORE ALLA GERMANIA

+7 punti percentuali rispetto al 2010

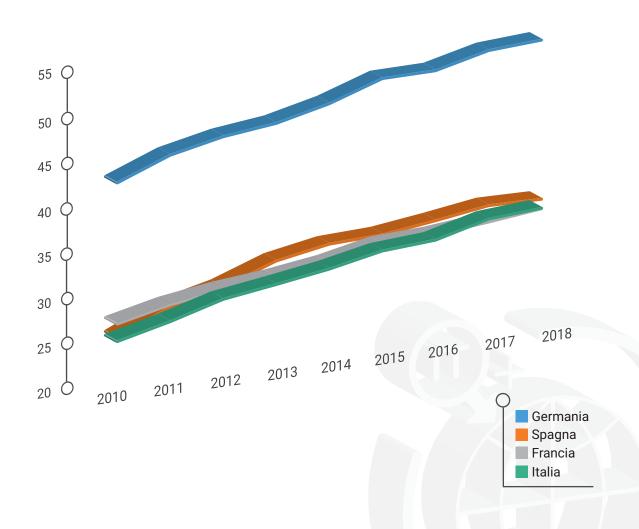


1,9% L'AUMENTO DELLE ESPORTAZIONI NEL 2018



2,3% L'AUMENTO DELLE IMPORTAZIONI NEL 2018

## PROPENSIONE ALL'EXPORT IN AUMENTO DAL 2010



Export in percentuale del Pil Fonte: elaborazioni ICE su dati Eurostat





LA QUOTA DI MERCATO DELLE ESPORTAZIONI ITALIANE SUL TOTALE MONDIALE È RIMASTA SOSTANZIALMENTE STABILE

È SOSTENUTA LA DOMANDA DA PAESI EUROPEI ED, IN PARTICOLARE, DELL'AREA EURO (CON FRANCIA E GERMANIA IN TESTA) E DALL'AMERICA SETTENTRIONALE

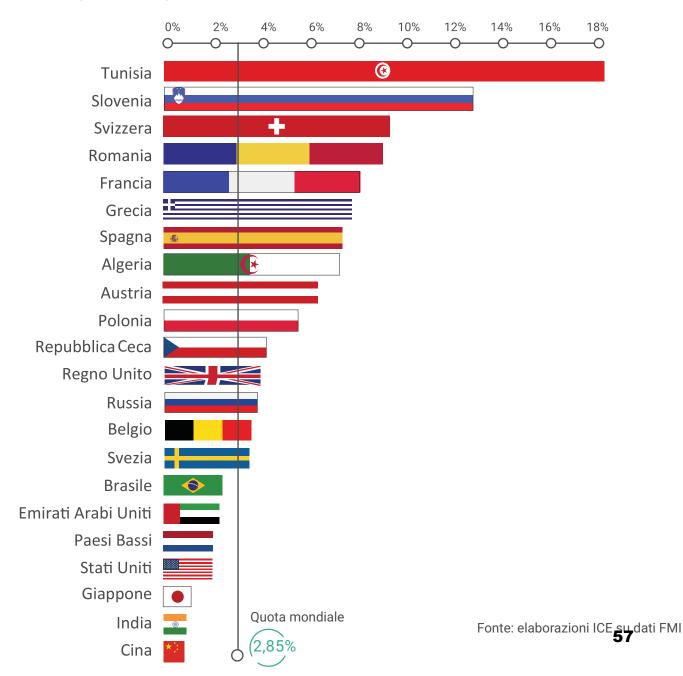
PIÙ DEBOLE, INVECE, È LA DOMANDA DA PAESI EXTRA UE COME RUSSIA, TUR-CHIA E PAESI OPEC

## **ESPORTAZIONI DIRETTE**





## QUOTA DI MERCATO DELL'ITALIA PER PAESE DI DESTINAZIONE





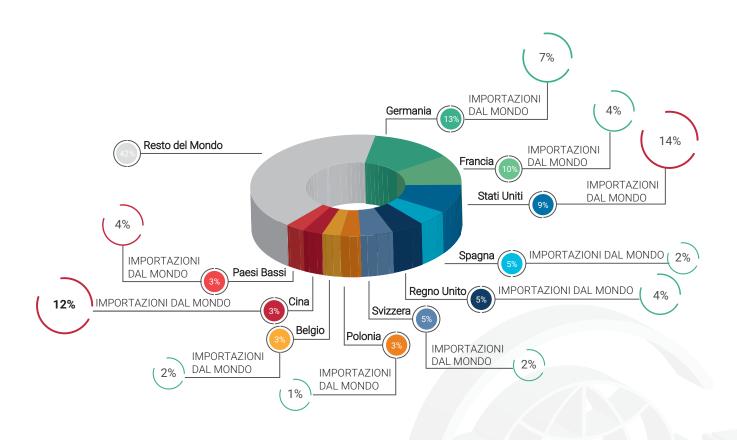


GLI SCAMBI CON I PRIMI 10 PAESI PARTNER RAPPRESENTANO QUASI IL 60% DEL VOLUME TOTALE DI SCAMBI COMMERCIALI DELL'ITALIA



LA CINA RAPPRESENTA SOLO IL 3% DELL'EXPORT ITALIANO MA RACCOGLIE IL 12% DELLE ESPORTAZIONI MONDIALI

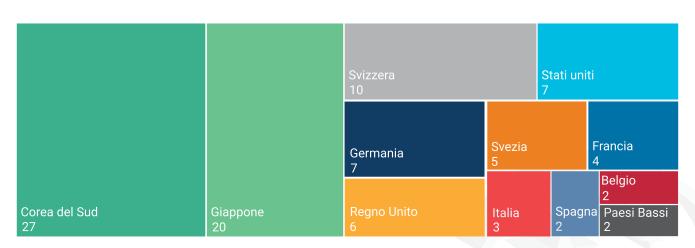
## I PRIMI DIECI MERCATI DELL'EXPORT ITALIANO E IL LORO PESO SULLE IMPORTAZIONI DAL MONDO



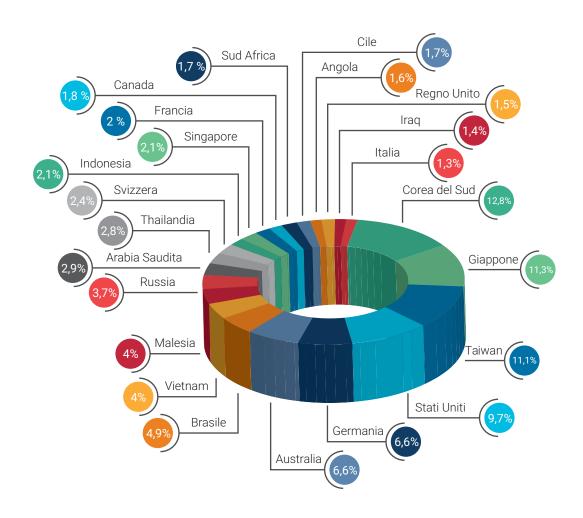




## **QUANTO VALE LA CINA PER L'EXPORT DI QUESTI PAESI?**



## IMPORTAZIONI DELLA CINA: DA DOVE PROVENGONO?



Fonte: elaborazioni ICE su dati TDM





SONO CIRCA **125.000** LE IMPRESE ESPORTATRICI IN ITALIA (NEL 2017), IN LIEVE DIMINUZIONE NEGLI ULTIMI ANNI

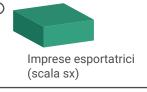


SE IL **NUMERO DI IMPRESE ESPORTATRICI** È DIMINUITO NEGLI ULTIMI ANNI, AUMENTANO INVECE:

- ► IL VALORE MEDIO ESPORTATO
- LA QUOTA DI ESPORTAZIONI PRODOTTE DA IMPRESE DI MEDIO-GRANDE DIMENSIONE











L'ITALIA È TRA I PAESI EUROPEI CON MAGGIOR NUMERO DI IMPRESE ESPORTATRICI (SECONDA SOLO ALLA GERMANIA)

MAGGIORE INCIDENZA DI EXPORT DA PARTE DI IMPRESE DI PICCOLA/MEDIA DIMENSIONE RISPETTO AGLI ALTRI PAESI EUROPEI



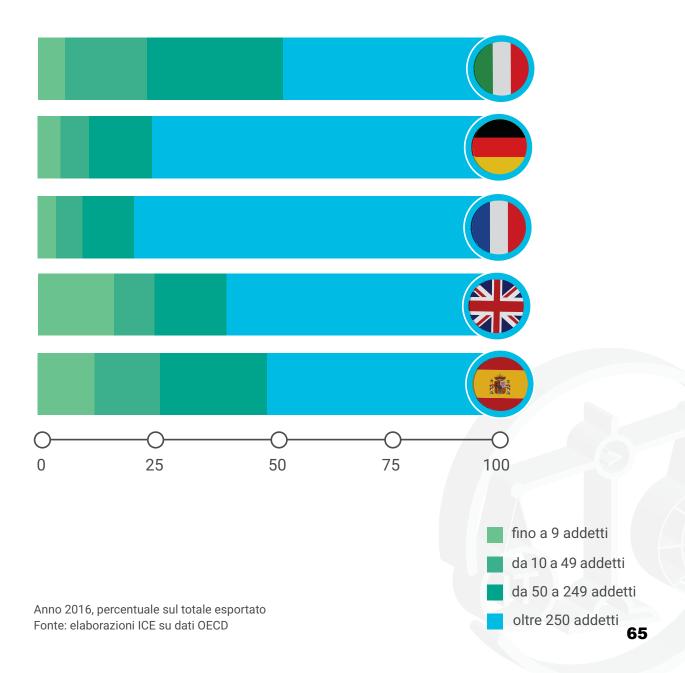


### MINORE CONCENTRAZIONE DELL'EXPORT FRA I TOP EXPORTER:

24% le prime 100 imprese esportatrici esportano il 24% del totale



## ESPORTAZIONI PER CLASSI DI ADDETTI





**40%** ESPORTATO DAL NORD-OVEST



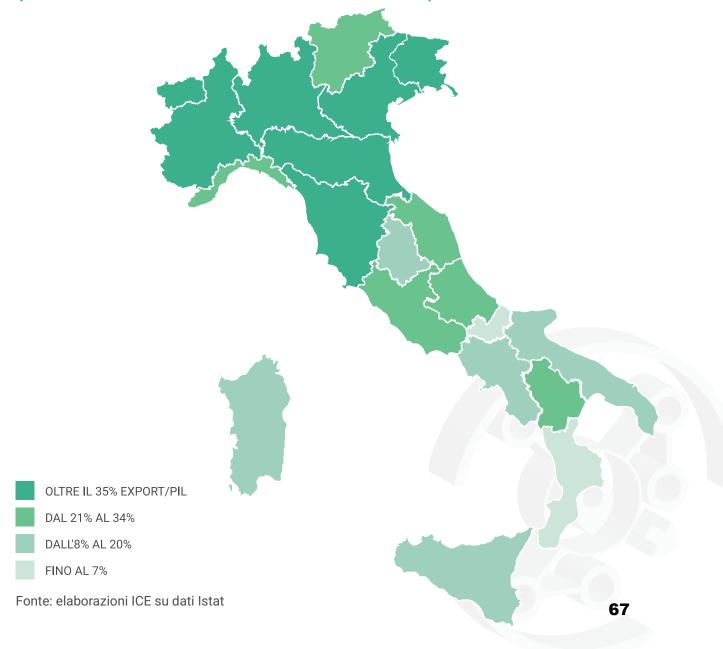
33% ESPORTATO DAL NORD-EST

RIMANGONO PRONUNCIATE LE DISPARITÀ NELLA PROIEZIONE INTERNAZIONALE DELLE REGIONI ITALIANE

16% DAL CENTRO

11% DAL SUD

## LA PROPENSIONE ALL'EXPORT DELLE REGIONI ITALIANE (RAPPORTO EXPORT/PIL PERCENTUALE)





## I PRINCIPALI RISULTATI DELL'EXPORT ITALIANO NEL 2018



Settore farmaceutico



Metallurgia



Computer e apparecchi elettrici



Settore alimentare



Moda

(rispetto al 2017)

## PRINCIPALI SETTORI DI SPECIALIZZAZIONE RIMANGONO:

- ► MECCANICA (17,7% DELL'EXPORT MANUFATTURIERO)
- ▶ SETTORE TESSILE (11,4%)
- ► IN AUMENTO NEL 2018 LA QUOTA DI MERCATO DELL'ITALIA NEI SETTORI: PRODOTTI TESSILI E CALZATURE, ALIMENTARE, GIOIELLERIA E MOBILI

## PRINCIPALI SETTORI **DELL'EXPORT ITALIANO**







	MACCHINARI	81.706€	17,7	2,0
	PRODOTTI TESSILI, ABBIGLIAMENTO E PELLI	52.691€	11,4	3,3
	MEZZI DI TRASPORTO	51.002€	11,0	-0,1
\ <u> </u>	METALLI DI BASE E PRODOTTI IN METALLO	49.767€	10,8	5,1
	PRODOTTI ALIMENTARI, BEVANDE E TABACCO	35.029€	7,6	2,5
	SOSTANZE E PRODOTTI CHIMICI	30.959€	6,7	2,8
	ARTICOLI FARMACEUTICI	25.890€	5,6	4,7
=D⊃ ,	APPARECCHI ELETTRICI	23.995€	5,2	2,8
	ARTICOLI IN GOMMA E MATERIE PLASTICHE	16.609€	3,6	3,0
	PRODOTTI DELLE ALTRE ATTIVITÀ MANIFATTURIERE	16.463€	3,6	0,7
	COMPUTER, APPARECCHI ELETTRONICI	15.473€	3,3	6,7
	COKE E PRODOTTI PETROLIFERI RAFFINATI	15.037€	3,2	12,5
	VETRO E CERAMICA	10.449€	2,3	1,0
	MOBILI	9.829€	2,1	2,7
	CARTA E PRODOTTI DI CARTA	6.935€	1,5	3,0
	LEGNO E PRODOTTI IN LEGNO	1.894€	0,4	3,0 <b>69</b>

Fonte: elaborazioni ICE su dati Istat





IN AUMENTO L'EXPORT DEI SERVIZI PER UN TOTALE DI 103 MLD EURO

IL SALDO NEGATIVO SI È RIDOTTO: DA -4,3 A -2,7 MLD DI EURO

E' AUMENTATO L'ATTIVO CON L'AMERICA SETTENTRIONALE

SI È RIDOTTO IL PASSIVO CON L'UE

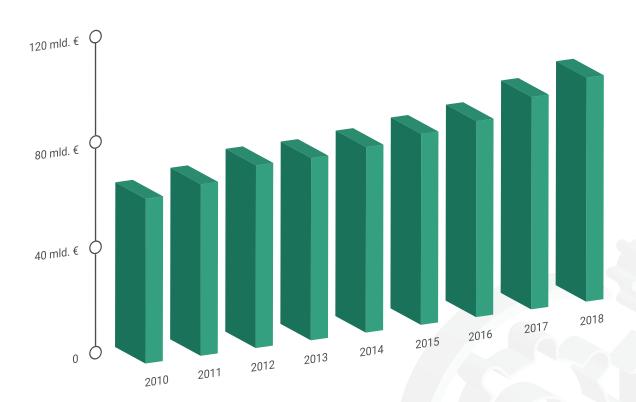


BOOM DEL TURISMO (TREND POSITIVO DAL 2010): SALDO IN ATTIVO DI **16,2 MLD DI EURO** 



SPESA STRANIERI IN ITALIA NEL 2018

## **EXPORT DI SERVIZI**





583 mld

STOCK DI IDE ITALIANI ALL'ESTERO A FINE 2018 (+1% RISPETTO AL 2015)

480 mld

STOCK DI IDE ESTERI IN ITALIA A FINE 2018 (+2,2% RISPETTO AL 2015)

LO STOCK DI IDE IN ITALIA È INFERIORE A QUELLO DEGLI ALTRI PAESI DELL'AREA DELL'EURO

23,4)

NEL 2018 GLI IDE ITALIANI ALL'ESTERO SONO PIÙ CHE RADDOPPIATI

26,5) mld

NEL 2018 GLI IDE ESTERI IN ITALIA SONO PIÙ CHE TRIPLICATI

# PRINCIPALI OPERAZIONI DI INVESTIMENTO IN ITALIA NEL 2018 (GREENFIELD, BROWNFIELD, M&A)



















**American Airlines** 







+(3,4%)

LA CRESCITA ATTESA DEL COMMERCIO MONDIALE NEL 2019 SECONDO FMI

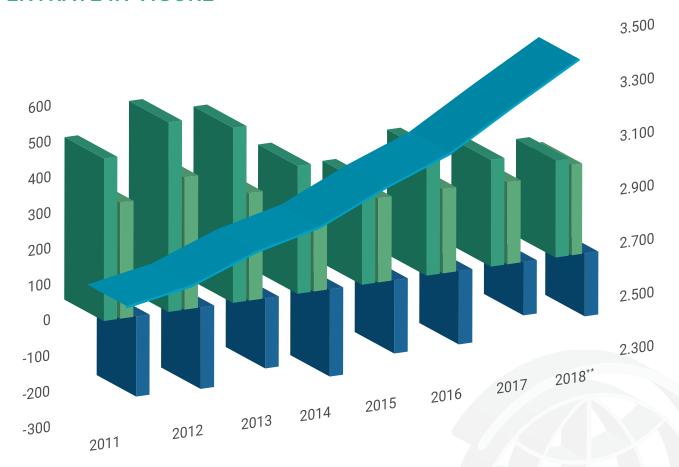


STIMA OCSE DELLA MINORE CRESCITA DEL COMMERCIO MONDIALE NEL 2021 RISPETTO ALLE STIME CORRENTI, NEL CASO DI INASPRIMENTO DELLE TENSIONI COMMERCIALI IN CORSO

### INCERTEZZE CAUSATE DA:

- **BREXIT**
- ▶ SFIDA COMMERCIALE E TECNOLOGICA TRA USA E CINA
- TENSIONI TRA USA E UNIONE EUROPEA
- ▶ RALLENTAMENTO INDUSTRIA MONDIALE DEL SETTORE AUTOMOBILISTICO

## LE MISURE DI DIFESA COMMERCIALE\* AVVIATE, ELIMINATE E ENTRATE IN VIGORE



<sup>\*</sup>Classificate a livello internazionale come "misure non tariffarie" consistono in: dazi anti-dumping/dazi di compensazione/ dazi di salvaguardia (applicabili seguendo le procedure stabilite nei trattati OMC)

Fonte: elaborazioni ICE su dati OMC (I-TIP) Numero di misure notificate dagli stati membri all'OMC



<sup>\*\*</sup> Dati preliminari, aggiornati a giugno 2019



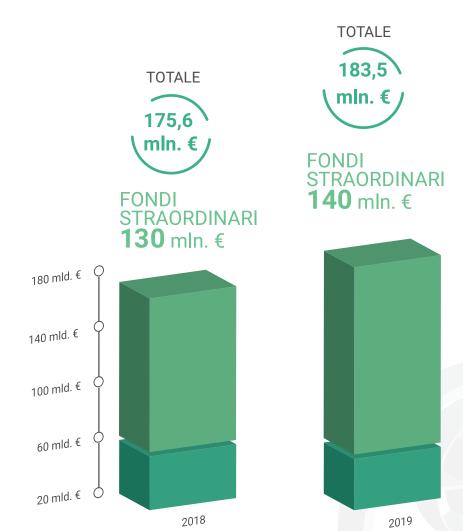
IN AUMENTO L'IMPEGNO FINANZIARIO PER IL PIANO STRAORDINARIO DEL MADE IN ITALY E L'ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI CON 130 MILIONI DI EURO NEL 2018 E 140 NEL 2019

LE RISORSE A SOSTEGNO DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE, STANZIATE PER IL 2019, AMMONTANO A 183,5 MILIONI DI EURO, PER:

- PIANO STRAORDINARIO
- ▶ PIANO EXPORT SUD\*
- FONDI ORDINARI

<sup>\*</sup> Per il Piano Export Sud lo stanziamento complessivo è di **56,5 milioni di euro** suddiviso in 3 annualità a beneficio delle aziende localizzate nelle regioni Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sicilia, Sardegna

## I FINANZIAMENTI PER LA PROMOZIONE DEL MADE IN ITALY 2018 E 2019





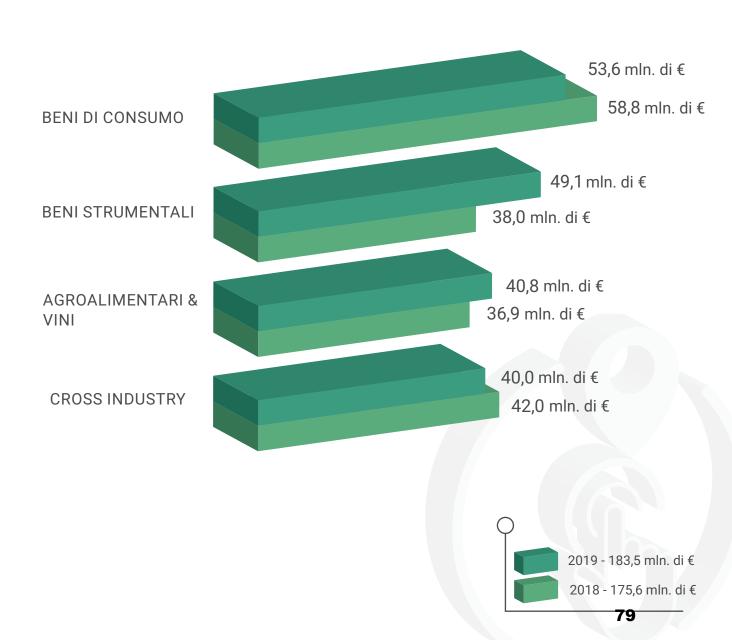
### LA PARTE PREVALENTE DEI FONDI È STATA DESTINATA A:

- ► SISTEMA MODA E CASA-ARREDO
- ▶ BENI STRUMENTALI (COMPRESE LE AZIONI A FAVORE DELLE START-UP)
- AGROALIMENTARE E VINI

#### NUOVI INVESTIMENTI IN:

- AZIONI DI COMUNICAZIONE
- CAMPAGNE GDO E E-COMMERCE
- ACCELERAZIONE START-UP
- FORMAZIONE

## DESTINAZIONE DEI FONDI ICE PER SETTORE 2018 E 2019







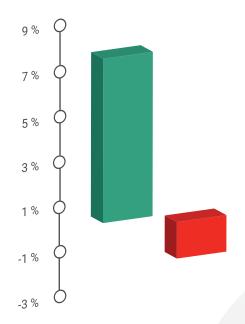
CRESCITA DELLE ESPORTAZIONI 2016-2018 DELLE IMPRESE CHE HANNO USUFRUITO DEI SERVIZI ICE (IMPRESE "CLIENTI")



LA FLESSIONE DELLE ESPORTAZIONI DELLE IMPRESE "NON CLIENTI" ICE SECONDO IL CAMPIONE COMPARABILE\*

\*Con la collaborazione di Istat, sono stati confrontati i risultati delle imprese clienti con un gruppo di controllo di imprese non clienti, ma simili sotto il profilo della dimensione aziendale, della presenza su mercati più o meno dinamici o di altre caratteristiche che possono influenzare la performance esportativa: questa metodologia (Propensity Score Matching) permette di isolare la differenza di performance dovuta unicamente all'intervento dell'ICE

# IMPRESE CLIENTI ICE (1): ANDAMENTO DELLE ESPORTAZIONI 2016-2018 RISPETTO AL GRUPPO DI CONTROLLO



Fonte: elaborazioni ICE in collaborazione con Istat su dati ASIA-COE



<sup>&</sup>lt;sup>(1)</sup> Imprese che hanno usufruito di servizi di assistenza personalizzata e di servizi promozionali



- ECCELLENZA DEL MADE IN ITALY E PROPENSIONE ALL'ESPORTAZIONE
- INTEGRAZIONE SISTEMI DI FILIERA
- INNOVAZIONE MERCATI E MODELLI DI EXPORT
- DIGITALIZZAZIONE:
  - E-COMMERCE
  - BLOCKCHAIN
  - BIG DATA
- NEXT GENERATION ITALIA: GIOVANI, FORMAZIONE E START UP

INTENSIFICARE IL SUPPORTO ALL'EXPORT PER REAGIRE AL MUTATO SCENARIO DEL COMMERCIO INTERNAZIONALE

- I SERVIZI DELL'ICE PER PORTARE SUI MERCATI ESTERI L'ECCELLENZA DEL MADE IN ITALY, FOCUS:
  - PMI
  - FILIERE DI SETTORE
  - PRESENZA SUL TERRITORIO
- NUOVI SERVIZI PER IL SOSTEGNO AL PROCESSO DI INNOVAZIONE DEI PROCESSI DI IMPRESA:
  - DIGITAL ECONOMY
  - ECONOMIA SOSTENIBILE
- ▶ RAFFORZAMENTO DELLE COMPETENZE AZIENDALI PER L'EXPORT:
  - FORMAZIONE
  - GIOVANI
  - START UP

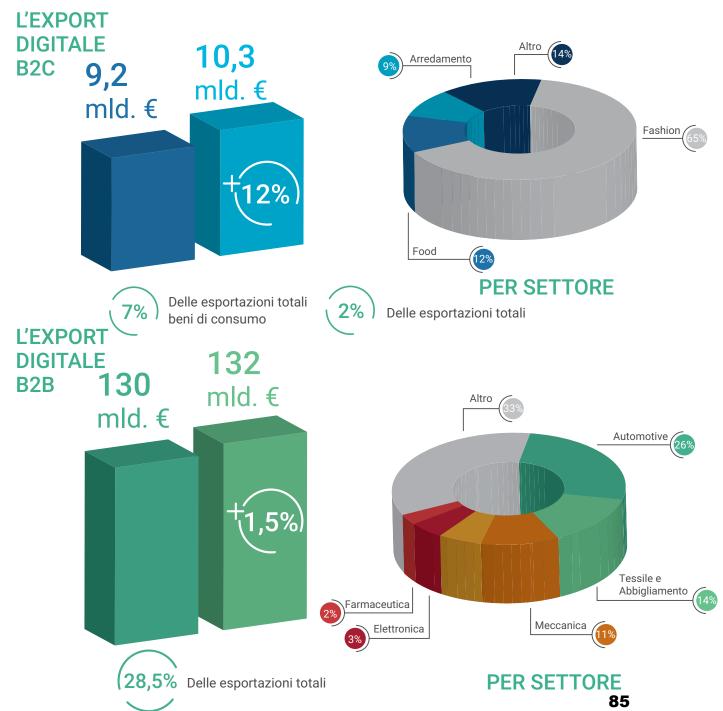




NEL 2018 IL PESO DELLE ESPORTAZIONI E-COMMERCE SUL TOTALE EXPORT BUSINESS TO CONSUMER ITALIANO È DEL 7 PER CENTO, PER UN VALORE TOTALE DI CIRCA 10,3 MILIARDI DI EURO



L'EXPORT DIGITALE B2B DELLE AZIENDE ITALIANE VALE 132 MILIARDI DI EURO (+1,5% SUL 2017), TRAINATO DAL SETTORE AUTOMOBILISTICO



Fonte: Osservatorio Export Digitale, Politecnico di Milano





INTENSA ATTIVITÀ DI FORMAZIONE DELL'ICE:

- 10.272 ORE EROGATE
- 395 GIOVANI FORMATI
- 4.168 AZIENDE FORMATE

INCREMENTO NELLA 2º METÀ DELL'ANNO DELL' ATTIVITÀ DI FORMAZIONE SUL TERRITORIO NAZIONALE

GLOBAL START UP PROGRAM: 104 START UP FORMATE, 81 DELLE QUALI OSPITATE PRESSO 11 INCUBATORI O ACCELERATORI IN 6 PAESI

INCREMENTO DELLA PARTECIPAZIONE DI START UP ACCOMPAGNATE DA ICE IN FIERE DI SETTORE INTERNAZIONALI

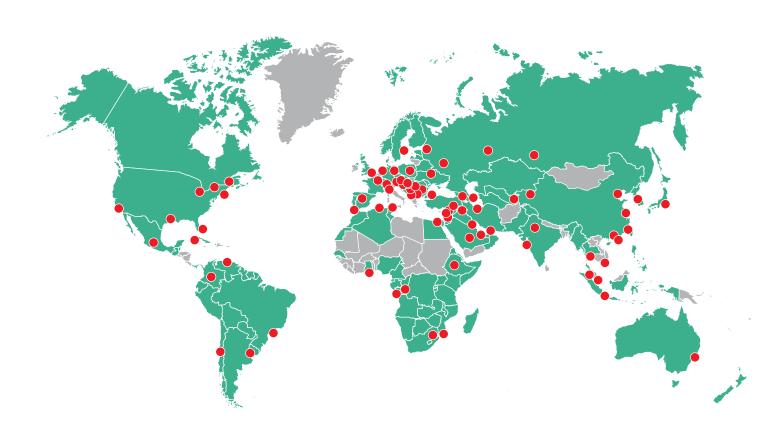
STAND ICE NELLE MAGGIORI FIERE ADESSO DEDICATI A BRAND EMERGENTI

## STUDY TOUR A SHANGHAI DEI PARTECIPANTI AL 50° CORCE





# LA RETE DEGLI UFFICI ICE NEL MONDO





Italian Trade Agency 🕒



@ITAtradeagency



ITA - Italian Trade Agency



@itatradeagency



#### <u>Stati Uniti – Unione Europea</u>

#### <u>Disputa Airbus – Boeing</u>

Aggiornamento al 30 ottobre 2019

#### IL MERCATO AMERICANO PER IL VINO ITALIANO

- Gli Stati Uniti sono la prima destinazione, in volume e in valore, delle vendite di vino italiano, circa 1,5 miliardi di euro, corrispondenti a oltre 3,3 milioni di ettolitri. Circa un quarto del vino italiano esportato ha destinazione USA. Nei primi sette mesi del 2019, l'Italia ha esportato circa 650 milioni di euro di vini fermi e frizzanti (+2,8% vs 2018) e circa 200 milioni di vini spumanti (+7,7% vs 2018).
- Gli USA si posizionano al primo posto nella graduatoria mondiale dei Paesi consumatori di vino.
- La domanda complessiva di vino negli Stati Uniti è aumentata significativamente negli ultimi cinque anni, crescendo in valore di oltre il 30% e la fornitura dell'Italia è cresciuta con tassi analoghi. Nello stesso periodo, la spesa USA per spumanti è salita complessivamente del 70%, mentre quella relativa al prodotto proveniente dall'Italia è più che raddoppiata, sull'onda del fenomeno "Prosecco".
- Questi numeri, insieme agli investimenti, in primis in ambiziosi progetti di promozione alcuni dei quali
  cofinanziati dal governo italiano e dall'Unione Europea che il vino Made in Italy continua a
  moltiplicare, dimostrano come la presenza nel mercato americano delle nostre produzioni è e sarà
  sempre più strategica.

#### **CRONOLOGIA DELLA DISPUTA**

- A partire dal mese di aprile 2019, lo scontro tra Stati Uniti e Unione Europea sul caso Airbus/Boeing è
  entrato nella sua fase più critica. Pertanto, sono aumentate le possibilità di una guerra tariffaria che
  potrebbe colpire anche il vino europeo.
- A inizio aprile, l'amministrazione Trump ha pubblicato una lista di beni europei ai quali potrebbero essere applicate sanzioni commerciali per un valore complessivo pari a 11 miliardi di dollari.
- L'elenco comprende formaggi, <u>vini</u>, liquori e altri prodotti alimentari dell'UE: <u>https://ustr.gov/about-us/policy-offices/press-office/press-releases/2019/april/ustr-proposes-products-tariff</u>
- Subito dopo l'annuncio americano, il 17 aprile la Commissione Europea ha lanciato una consultazione pubblica relativa ai prodotti originari degli Stati Uniti che, a seguito della decisione OMC sul caso "Boeing" (aiuti di stato USA a favore della più grande azienda costruttrice statunitense di aeromobili e la più grande azienda nel settore aerospaziale), a loro volta potrebbero essere soggetti a dazi doganali per un valore totale di 17,4 miliardi di Euro.

Anche l'elenco europeo comprende vini, vini aromatizzati e bevande spiritose:

http://trade.ec.europa.eu/consultations/index.cfm?consul id=261

- Sia il comité vins (l'associazione che rappresenta le imprese vinicole europee a Bruxelles alla quale UIV
  aderisce) che il wine institute (l'associazione americana dei produttori di vino della California) hanno
  partecipato alle consultazioni pubbliche delle rispettive amministrazioni (Commissione Europea e USTR)
  chiedendo l'esclusione del vino dalle liste dei prodotti che potrebbero essere colpiti dalle misure di
  compensazione dei casi Airbus e Boeing.
- Nell'ambito delle due dispute, gli Stati Uniti beneficiano di un considerevole vantaggio temporale, in quanto la decisione dell'OMC sui dazi che l'UE potrà imporre sul caso "Boeing" non arriverà prima di aprile 2020; imminente (settembre/ottobre), invece, è la decisione dell'organizzazione mondiale del commercio sul caso Airbus con riferimento ai dazi che potrà imporre l'amministrazione americana.

#### PUBBICAZIONE DEL REPORT DA PARTE DEGLI STATI UNITI E IMPOSIZIONE DEI DAZI

- Il report del WTO è stato pubblicato il 2 ottobre 2019: secondo l'OMC gli Stati Uniti possono adottare contromisure nei confronti dell'Unione europea e di alcuni Stati membri per un livello non superiore a 7.496,623 milioni di USD all'anno: https://www.wto.org/english/tratop e/dispu e/316arb e.pdf
- Gli Stati Uniti possono richiedere l'autorizzazione all'organismo di risoluzione delle controversie dell'OMC (DSB) di adottare contromisure nei confronti dell'Unione europea e di alcuni Stati membri per un livello non superiore a 7.496,623 milioni di USD all'anno: https://www.wto.org/english/tratop\_e/dispu\_e/316arb\_e.pdf
- Non si è fatta attendere la reazione del rappresentante del commercio degli Stati Uniti che, attraverso un <u>comunicato</u> pubblicato durante la notte del 2 ottobre, ha annunciato che gli USA hanno vinto il più grande contenzioso nella storia dell'Organizzazione mondiale del commercio (OMC) nella sua disputa con l'Unione Europea sui sussidi illegali ad Airbus.
- Robert Lighthizer, rappresentante commerciale degli Stati Uniti, ha dichiarato. "Di conseguenza, gli Stati
  Uniti inizieranno ad applicare le tariffe approvate dall'OMC su determinate merci dell'UE a partire dal
  18 ottobre. Ci aspettiamo di avviare negoziati con l'Unione europea volti a risolvere questo problema in
  modo da sostenere i lavoratori americani".
- Le tariffe saranno applicate a una serie di importazioni dagli Stati membri dell'UE, con la maggior parte delle tariffe applicate alle importazioni da **Francia**, **Germania**, **Spagna** e **Regno Unito**, i quattro paesi responsabili dei sussidi illegali.
- Sebbene USTR abbia l'autorità di applicare una tariffa fino al 100 percento sui prodotti interessati, in questo momento gli aumenti delle **tariffe** saranno limitati al 10 percento su aeromobili civili di grandi dimensioni **e al 25 percento su prodotti agricoli** e di altro tipo.
- Gli Stati Uniti specifica l'amministrazione USA hanno l'autorità per aumentare le tariffe in <u>qualsiasi</u> momento o modificare i prodotti interessati.
- L'elenco dei prodotti non include il vino italiano.

- Sono interessati da un dazio del 25% ad valorem i vini di Francia, Spagna, Germania e UK
  corrispondenti alla linea tariffaria 2204.21.50 (vini diversi da Tokay con tenore alcolico non superiore a
  14%, in contenitori fino a 2 litri), oltre a numerosi altri prodotti agricoli e agroalimentari, anche italiani
  (es. formaggio pecorino, pecorino romano, parmigiano reggiano, provolone, liquori e sciroppi, arance,
  mandarini, limoni, prosciutti, yoghurt, pere, ciliegie).
- La lista definitiva è stata pubblicata sul Federal Register del 9 ottobre 2019 e la data di entrata in vigore dei dazi è il 18 ottobre 2019.
- Gli Stati Uniti possono aumentare le tariffe in <u>qualsiasi momento o modificare i prodotti interessati:</u> secondo la normativa americana, le autorità americane possono intervenire per una modifica della lista dopo 120 giorni e dopo 6 sei mesi dalla data di applicazione dei dazi.

#### **IMPATTO SUL SETTORE DEL VINO**

Dalle 3,76 miliardi di euro di esportazioni di vino dell'UE nel 2018, le esportazioni di vini in bottiglia francesi, tedeschi, spagnoli e britannici hanno rappresentato 1,38 miliardi di euro (il 36% del totale).

Esportazioni di vino fermo in bottiglia negli Stati Uniti nel 2018:

- Francia -> 1200 milioni di USD -> 1 096 milioni di EUR
- Germania -> 94 milioni di USD -> 85 milioni di EUR
- Spagna -> 200 milioni di USD -> 182,73 milioni di EUR
- Regno Unito -> 17 milioni di USD -> 15,54 milioni di EUR

#### LE RICHIESTE DI UNIONE ITALIANA VINI

- 1. Attenzione al c.d. "carosello": necessario mantenere alta l'attenzione e continuare il dialogo con gli USA, per evitare che la lista venga rivista e ampliata, considerato che secondo quanto comunicato dall'amministrazione americana, gli USA hanno l'autorità per aumentare le tariffe in qualsiasi momento o modificare i prodotti interessati. La normativa americana prevede, infatti, che le contromisure possono essere riviste 120 giorni e sei mesi dopo la loro l'entrata in vigore.
- 2. Promuovere descalation con gli USA: mantenere alta la pressione sulla Commissione Europea, affinché venga incoraggiato un processo di "descalation" delle relazioni transatlantiche ed evitare un inasprimento della guerra commerciale con gli Stati Uniti. In tal senso, si auspica che Bruxelles continui i negoziati con le autorità americane, al fine di individuare una soluzione specifica per il settore dell'aircraft, presso il WTO, escludendo gli altri prodotti estranei alla vicenda, in particolari i prodotti agricoli.

#### 3. Misure di compensazione:

- a. Flessibilità regole PNS vino: nel caso in cui l'Unione Europea decida di modificare le regole di implementazione delle misure del piano nazionale di sostegno del vino garantendo maggiore flessibilità in fase di attuazione, in particolare rispetto alla misura "promozione", tali innovazioni dovranno essere accordate senza discriminazioni per l'Italia.
- b. Misura "promozione orizzontale", Reg. 1144/2014: nell'attuazione del prossimo bando 2020 della misura "azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli" prevista dal Regolamento 1144/2014, il vino potrebbe essere incluso tra i settori prioritari delle azioni di promozione, in particolare nei progetti "multiprodotto" per agire da traino a beneficio dei prodotti agricoli italiani colpiti dai dazi.
- **c. Futuro della PAC**: necessario, inoltre, che tutti gli strumenti di promozione dei prodotti agricoli (specifici e "orizzontali") siano confermati nella futura Politica Agricola Comune post-2020.
- **4.** Rafforzare gli strumenti nazionali all'internazionalizzazione: in un contesto geopolitico particolarmente instabile come attuale, il vino necessita di una maggiore diversificazione del proprio export (ancora concentrato per il 65% in 5 mercati): si auspica, pertanto, che il Parlamento, nell'ambito della prossima legge di bilancio, condivida l'obiettivo di rafforzare gli strumenti finanziari del c.d. "Piano Straordinario per il Made in Italy" che dovrà confermare la duplice priorità di consolidamento e apertura di nuovi mercati.
- 5. Accordi di libero scambio: a fianco a una politica di internazionalizzazione volta ad aumentare le azioni di promozione delle produzioni agricole italiane nel mondo, è fondamentale promuovere l'apertura di nuovi mercati mediante la conclusione di accordi commerciali di libero scambio. Come associazione, abbiamo sempre mantenuto un approccio pragmatico, guardando agli accordi di libero scambio come un mezzo e non un fine. Se gli accordi servono ad aprire nuovi mercati, ad aumentare le nostre esportazioni, ad abbattere barriere tariffarie e non tariffarie, a offrire nuove opportunità per le imprese, a colmare il gap di competitività con i nostri concorrenti (in primis, Australia e Cile), il vino sostiene con forza queste politiche.

L'accordo con il Giappone, entrato in vigore a febbraio, ha dato forte impulso ai vini europei: +26% in valore import dall'Italia nei primi sette mesi e + 40% in volume. Che i Free Trade Agreement siano una strada da perseguire con sempre maggiore forza da parte dell'Unione europea è di tutta evidenza, e UIV auspica che altri se ne aggiungano a breve, a cominciare dal Vietnam e dal Mercosur.



# Audizione informale su risoluzioni dazi doganali

Alessandro Decio, AD SACE

## Il ruolo di Sace Simest a supporto delle imprese italiane

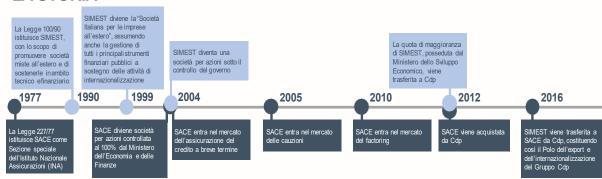
## Raggiunti e superati tutti i principali obiettivi del Piano 2016-18

SACE SIMEST, il Polo dell'export e dell'internazionalizzazione del Gruppo Cassa depositi e prestiti, sostiene le imprese italiane nel loro processo di crescita sui mercati esteri, guidandole nella scelta dei Paesi di destinazione e nella gestione dei rischi connessi alla loro operatività in geografie nuove e spesso poco conosciute.

Lo fa mettendo a disposizione un'ampia gamma di prodotti e servizi utili a soddisfare tutte le esigenze legate alla crescita sui mercati esteri: accesso a finanziamenti per l'internazionalizzazione, assicurazione delle vendite dal rischio di mancato pagamento, protezione degli investimenti esteri dai rischi politici, valutazione delle controparti, apporti di capitale per rafforzare la propria posizione, garanzie fideiussorie per partecipare a gare e commesse, smobilizzo dei crediti vantati verso controparti estere e recupero dei crediti.

Con € 114 miliardi di operazioni sostenute in 198 paesi, il Polo serve oltre 21mila imprese, in prevalenza PMI. SACE SIMEST si impegna ogni giorno per aumentare la loro competitività, aiutandole a posizionarsi al meglio sui mercati internazionali e contribuendo alla crescita del Sistema Paese. Lo fa non solo attraverso i suoi prodotti ma anche grazie ad una serie di servizi e soluzioni di accompagnamento ai mercati esteri come gli approfondimenti dell'Ufficio Studi, e i percorsi di Education to Export, un programma di formazione ad alto contenuto digitale, dedicato in particolare alle PMI.

#### LA STORIA



#### **KEY FIGURES**

(€ milioni)	
Risorse mobilitate	28.586 -
Sinistri liquidati	248
Utile lordo	156
Utile netto	129
Patrimonio netto	5.587
Riserve tecniche	3.244
Sinistri liquidati Utile lordo Utile netto Patrimonio netto	248 156 129 5.587

SACE ha un rating pari a BBB+ (Fitch)

L'Annual Report e i Bilanci sono disponibili su www.sacesimest.it/chi-siamo/i-nostri-numeri

#### Impatti su economia italiana

- Pil: € 28 miliardi
- Occupazione: 431 mila addetti
- · Produzione: € 78,3 miliardi



## Sace Simest conferma la più alta percentuale di sostegno all'export

Confronto con alcune ECA europee

#### Principali indicatori

(2018, valori in \$ mld)

	<u>Europa</u>			RoW				
Totale Export	547	1.557	568	487	450	1.664	605	738
Export Beni Durevoli	214	845	244	197	128	765	378	476
PIL	2.072	4.000	2.775	2.829	1.711	20.494	1.619	4.972
Export/PIL	26%	39%	20%	17%	26%	8%	37%	15%
Totale Ass. / Tot. Exp.	2,5%	1,5%	1,3%	0,5%	n.d.	0,2%	21,4%	6,9%
Ass MLT / Exp.Beni durevoli	5,8%	1,4%	3,1%	1,2%	n.d.	0,0%	2,0%	0,2%
				*	+		# # #	

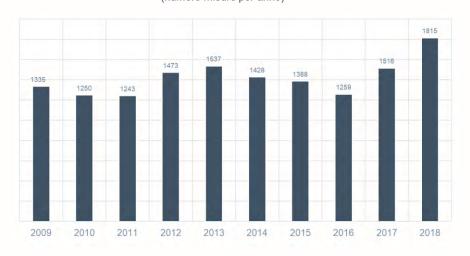




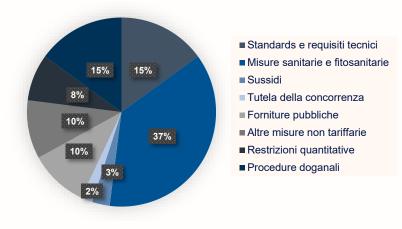
## «Nuovo protezionismo»? Ostacoli al commercio non solo nel recente passato

Oltre ad aumentare quantitativamente, il protezionismo è evoluto dal punto di vista qualitativo

## Misure protezionistiche implementale a livello globale (numero misure per anno)



## Misure non tariffarie fronteggiate dagli esportatori UE



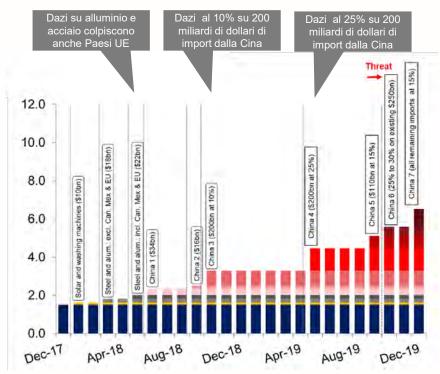
- Nota: dati relativi al periodo 1996-2015
- Oltre alle forme tradizionali (dazi), sono le misure non tariffarie ad aver caratterizzato l'ondata protezionistica degli anni post crisi.
- Tali misure sono di più difficile individuazione e quantificazione: è arduo stimarne i costi e valutare la convenienza a esportare in quei Paesi che le adottano, con il risultato di scoraggiare gli scambi.

## Con l'escalation dei dazi l'amministrazione Usa ha inasprito il fenomeno

Il dazio medio applicato sull'import – soprattutto dalla Cina – è aumentato significativamente

#### Dazio medio Usa su import dal mondo

% calcolata su valore import 2018



- I dazi dell'amministrazione americana finora introdotti sono prevalentemente al di fuori delle regole dell'OMC (es. sicurezza nazionale).
- Recenti passi concilianti tra Cina e Usa, ma la prospettiva non cambia.
- Gli obiettivi e le richieste degli Usa infatti vanno oltre i meri aspetti economici.
- La Cina si prepara ad affrontare il periodo di tensione con gli Usa in un'ottica di lungo termine.
- Usa e Cina potrebbero non introdurre nuovi dazi, ma è improbabile che quelli in vigore siano rimossi.
- Intanto l'1 novembre scorso, l'OMC ha autorizzato per la prima volta la Cina a imporre dazi sull'import dagli Usa per un totale di 3,6 miliardi di dollari (ritorsione per dazi su acciaio).



Fonte: Oxford Economics

## «This time is different»: gli Usa si muovono secondo le regole OMC

## La disputa Airbus-Boeing riporta l'attenzione sull'Unione Europea

La controversia tra Stati Uniti e Unione Europea riguarda le **contestazioni reciproche sugli aiuti pubblici concessi ai gruppi Boeing e Airbus**, principali *player* dell'industria aeronautica civile.

Anche l'Italia contribuisce in termini di valore aggiunto: il gruppo Boeing acquisisce dal nostro paese parti di aerei quali la fusoliera in fibra di carbonio, realizzata in Puglia da Leonardo. Per Airbus, l'Italia rappresenta il sesto mercato europeo di fornitura, con 400 fornitori e oltre 500 milioni di euro, e l'ottavo a livello mondiale.

Il primo verdetto emesso dall'**OMC** lo scorso 2 ottobre – relativo al risarcimento per i sussidi al consorzio Airbus – **ha stabilito che il limite annuo dei dazi applicabili alle merci provenienti dai Paesi UE è pari a circa 7,5 miliardi di dollari** (per un massimo di 5 anni, salvo successiva estensione).

L'amministrazione statunitense ha pubblicato gli elenchi definitivi dei prodotti europei su cui, dal 18 ottobre, si applicano i dazi. Nella lista diramata dall'USTR compaiono diversi beni e vi è una netta differenziazione in base ai paesi di provenienza.

L'elenco è composto da 15 sezioni, ciascuna delle quali include alcune specifiche categorie di prodotti identificati con codici doganali della nomenclatura statunitense a 8 digit e il dettaglio dei Paesi UE ai quali viene applicato il dazio. La prima (Section 1) riguarda gli aeromobili per il trasporto passeggeri realizzati nei quattro Paesi membri del consorzio Airbus (Francia, Germania, Spagna e Regno Unito), per i quali è previsto un dazio addizionale del 10%. Le restanti 14 Sezioni colpiscono invece, in misura diversa, i 28 Stati membri UE con un dazio aggiuntivo del 25% e riguardano in prevalenza prodotti agricoli e alimentari.

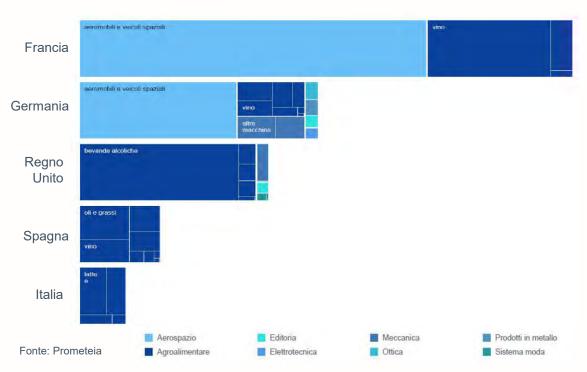
L'Italia è coinvolta in 9 delle 15 sezioni.



## Nuove misure Usa: chi paga dazio e su cosa

## Colpita non solo la filiera Airbus

#### Confronto tra peer europei, per dimensione export colpito dai dazi



- Le contromisure americane sono dirette a colpire prevalentemente (circa l'88%) le importazioni provenienti dai paesi del consorzio Airbus (Germania, Francia, Regno Unito e Spagna)
- I regolamenti OMC prevedono che possano essere colpiti anche settori diversi, se i paesi autorizzati ad applicare le misure compensatorie ritengono di non poter applicare dazi unicamente ai prodotti interessati dalla disputa
- Con riguardo all'Italia, i dazi aggiuntivi interessano esclusivamente il settore agroalimentare
- Nessun dazio aggiuntivo sull'aviazione civile italiana, non essendo parte del consorzio, ma potenziali impatti significativi indiretti attraverso le catene di fornitura: l'Italia contribuisce, in termini di valore aggiunto, alle esportazioni di Francia, Germania, Regno Unito e Spagna, sia pure con una quota piuttosto ridotta (tra l'1,3 e il 2%)\*.

gruppo cdp

<sup>\*</sup> Si tratta di una stima non puntuale, vista la scarsa disponibilità di dati. Il settore considerato è "altri mezzi di trasporto" (elaborazioni ICE su dati TiVA: 2015. Ocse).

## Le dimensione del provvedimento Usa in Italia

I prodotti italiani del settore agro-alimentare colpiti dai dazi aggiuntivi

#### **Numeri chiave**

pari a 0,9% export Ita di beni vs Usa

pari a 12,5% export Ita agro-alimentare vs Usa

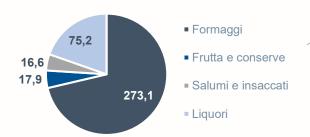
pari a 1,5% export Ita agro-alimentare vs Mondo

pari a 8,3% export Ita dei beni oggetto di dazi vs Mondo

€383 milioni

valore dei prodotti italiani colpiti dai dazi venduti negli Usa nel 2018

## Disaggregazione per macro-categorie (€mIn)



	processed cheese, not grated or powder	L
	blue-veined cheese and other cheese co	
	cheese (excl. fresh cheese, incl. whey c	l
	TOTALE FORMAGGI	
	fresh or dried oranges(1988-2500)	
	fresh or dried mandarins incl. tangerines	
	fresh or dried clementines incl. monreale	
-	fresh or dried lemons "citrus limon, citrus	Ī
	frozen fruit and nuts, uncooked or cooke	Ī
	cherries, provisionally preserved, e.g. by	
	dried peaches, pears, papaws "papayas"	Ī
	jams, jellies, marmalades, purées or pas	Ī
	pears, prepared or preserved, whether or	
	cherries, prepared or preserved, whether	
	peaches, incl. nectarines, prepared or pr	l
	mixtures of fruits, nuts and other edible p	I
	juice of fruit or vegetables, unfermented,	l
	TOTALE FRUTTA E CONSERVE	
	sausages and similar products, of meat,	
	hams of swine and cuts thereof, prepared	Ī
	prepared or preserved shoulders and cut	
	prepared or preserved meat and offal of s	
	mussels, prepared or preserved (excl. sr	l
	clams, cockles and arkshells, prepared	I
	TOTALE SALUMI E INSACCATI	
	LIQUORI	ľ
	TOTALE PRODOTTI	ľ
	L	

yogurt, whether or not flavoured or contai

buttermilk, curdled milk and cream, kept

butter (excl. dehydrated butter and ghee)

dairy spreads of a fat content, by weight

fats and oils derived from milk, and dehve

fresh cheese "unripened or uncured chee

grated or powdered cheese(1988-2500)

Dai dazi **esclusi vino** (€1.463 mln) **e olio d'oliva** (€436 mln), pari al 62% dell'export italiano agro-alimentare vs Usa

95.941

239.349

1.280

3.260

12.673

17.195.056

2.551.835

3.690.894

249.136.215

**273.071.373** 263.525

144.870

103.656 758.361

30.448

23.526 3.338.329 105.539 23.641

4.313.666

5.683.718

17.882.429

10.151.579

4.659.708

1.653.697

16.631.928 75.171.473 382.757.203

71.486

66.026

29.432

## L'impatto delle misure Usa sull'export agro-alimentare italiano

#### Prime considerazioni

- I dazi sull'agro-alimentare non dovrebbero compromettere l'ottima performance dell'export italiano verso gli Usa I dazi nel comparto agroalimentare che colpiranno l'Italia avranno un impatto diretto significativo su determinati settori, ma non al punto di alterare significativamente la performance complessiva dell'export italiano verso il mercato statunitense (le restrizioni equivalgono a meno dell'1% dell'export complessivo italiano verso gli Usa nel 2018), che dopo avere segnato +5% lo scorso anno, cresce a un tasso del 9,3% nei primi nove mesi del 2019, permettendo nello stesso periodo un saldo commerciale netto positivo per l'Italia di € 20,3 miliardi.
- Possibili misure compensative per i comparti più colpiti, secondo la regola delle «3 T» e la legislazione comunitaria Tra le categorie più minacciate vi sono i formaggi e i liquori, che rappresentano rispettivamente il 70% e il 20% del valore totale dell'export colpito da questo round di dazi. Nel caso di imprese che producono solo questi prodotti e con un fatturato estero prevalentemente verso gli Usa alcune misure di tutela potrebbero essere necessarie. L'introduzione di misure compensative a sostegno dei comparti e delle aziende più colpiti può tuttavia costituire una soluzione nell'immediato, tenendo in mente che gli effetti di tali misure ottimizzati nella misura in cui siano *Timely, Targeted and Temporary*. Da considerare inoltre che eventuali simili misure di sussidio devono essere compatibili con la legislazione comunitaria in materia.
- > Non è detto che questi dazi «spiazzeranno» le vendite italiane di prodotti agro-alimentari negli Usa

A parziale mitigazione, si potrebbero evidenziare alcuni aspetti: a) alcuni prodotti agro-alimentari italiani esportati negli Usa sono già soggetti a un dazio (ad es. il Parmigiano Reggiano italiano era già soggetto ad un dazio del 7,5%), quindi la misura del dazio del 25% ad valorem va letto in funzione del dazio già esistente; b) la domanda del consumatore americano di prodotti agro-alimentari italiani potrebbe essere poco «elastica» alla variazione del costo finale; c) i dazi Usa saranno applicati anche alle vendite di altri concorrenti europei sul mercato statunitense, limitando quindi i rischi di «effetto sostituzione» negli acquisti di prodotti della stessa fascia di qualità; d) inoltre, l'imposizione di dazi all'export di vino e olio d'oliva provenienti da Francia e Spagna potrebbe consentire un rafforzamento delle quote di mercato dell'export italiano di questi prodotti.

## Il Made in Italy a rischio soprattutto verso Usa, Cina e Germania

Stima d'impatto sull'export italiano di una «guerra commerciale» e del rallentamento cinese

Impatto sull'export italiano di una «guerra commerciale» e del rallentamento cinese in termini di Paesi

Destinazione	Export di scenario ba		Export di beni nello scenario alternativo (var. %)		
export italiano	2019	2020	2019	2020	
Mondo	3,4	4,0	2,6	2,3	
Stati Uniti	4,9	3,5	3,9	2,0	
Cina	6,0	7,5	3,0	3,7	
Germania	2,9	3,1	1,6	1,5	

Fonte: SACE SIMEST (maggio 2019)

Se gli Stati Uniti decidessero nel corso del 2019 di imporre un dazio del 25% su tutti i prodotti provenienti dalla Cina e sulle importazioni di autoveicoli dal mondo (escludendo i partner dell'USMCA, Messico e Canada) e se il protezionismo americano ancora più marcato avesse un impatto diretto sulla Cina e sulla fiducia delle sue imprese e famiglie, dando il via a un rallentamento maggiore dell'economia cinese rispetto a quello atteso, le ripercussioni negative colpirebbero sia il commercio internazionale (che scenderebbe di 0,8pp nel 2019 e 1,3pp nel 2020, atterrando a +2,3%), sia il *Made in Italy* in generale (con una riduzione di 0,8pp nel 2019 e 1,7pp nel 2020, atterrando a +2,3%).

gruppo cdp

## I beni d'investimento sono potenzialmente i più colpiti

Stima d'impatto sull'export italiano di una «guerra commerciale» e del rallentamento cinese

Impatto sull'export italiano di una «guerra commerciale» e del rallentamento cinese in termini di settori

Settore	Export di scenario ba		Export di beni nello scenario alternativo (var. %)		
export italiano	2019	2020	2019	2020	
Mondo	3,4	4,0	2,6	2,3	
Agro-alimentare	3,8	3,4	3,2	1,4	
Investimenti	3,1	4,5	2,0	2,4	
Intermedi	3,6	3,5	3,3	2,5	
Consumi	3,4	3,9	2,5	2,1	

Fonte: SACE SIMEST (maggio 2019)

I beni di investimento subiranno l'impatto maggiore, in particolar modo nel 2020 (-2,1pp rispetto allo scenario base). Questo raggruppamento include meccanica strumentale, mezzi di trasporto, apparecchi elettrici, apparecchi medicali. I prodotti dell'agro-alimentare sarebbero colpiti dalle tensioni internazionali in particolar modo nel 2020.



## Quali prospettive per la politica commerciale

## Spunti di riflessione

#### > Per l'Italia l'export rappresenta un traino importante per la crescita dell'economia nazionale

L'allentamento delle tensioni commerciali internazionali costituisce una condizione necessaria per la crescita di una **economia export-** *led* **come** l'Italia, che ha visto le vendite all'estero come unica componente a supportare il Pil negli ultimi anni: nel periodo 2010-2018 il contributo dell'export alla crescita del Pil italiano è stato pari a circa 7 punti percentuali, riuscendo a compensare la contrazione delle componenti domestiche della domanda (consumi, investimenti, spesa pubblica)

#### ➤ Le relazioni commerciali sono complesse, le partite si giocano su più tavoli e a più riprese

Se nei mesi scorsi si è parlato di dazi su alluminio e acciaio e in queste settimane di restrizioni su aeronautico e agro-alimentare, nuovi tavoli potrebbero aprirsi a breve. E' infatti attesa una decisione dell'amministrazione Trump su dazi al settore automotive europeo per metà novembre 2019; inoltre, a gennaio 2020 l'OMC dovrà pronunciarsi nuovamente sulla disputa Airbus-Boeing, questa volta a favore di Airbus. Tutti gli spazi di negoziazione devono quindi essere sfruttati per evitare pericolose escalation e giungere a esiti win-win.

➤ In una prospettiva di medio-lungo periodo, sarà cruciale il rafforzamento dell'UE come interlocutore unico In questo contesto di tensioni commerciali, l'Unione Europea è stata in grado di aprire nuovi mercati con gli Accordi di Libero Scambio siglati ad esempio con Giappone e Canada. Più in generale, i Paesi Membri devono sostenere il ruolo dell'Unione Europea come interlocutore unico e promotore di una rinnovata visione di multilateralismo nel commercio internazionale, che passa ad esempio attraverso il rafforzamento delle Istituzioni Multilaterali come l'OMC.





# Grazie



# Audizione di Federalimentare presso la XIII COMMISSIONE PERMANENTE (Agricoltura)

#### RISOLUZIONI

7-00325 Incerti, 7-00335 Maglione, 7-00345 Luca De Carlo, 7-00355 Golinelli e 7-00361 Gadda: Iniziative a tutela del comparto agroalimentare a fronte dell'aumento dei dazi doganali deliberato dalle autorità statunitensi

(5 novembre 2019)

#### **PREMESSA**

Federalimentare, associata a Confindustria e a livello europeo a FoodDrinkEurope, rappresenta, tutela e promuove l'Industria italiana degli Alimenti e delle Bevande. A Federalimentare aderiscono le 13 Associazioni nazionali di categoria dell'Industria alimentare, che associano quasi 7.000 imprese produttive con oltre 9 addetti, distribuite sull'intero territorio nazionale. Con 58mila imprese, 385mila addetti, un fatturato 2018 stimato in 140 miliardi di euro (di cui 33 derivanti dall'export), l'Industria alimentare è uno dei pilastri dell'economia nazionale ed è posizionata al terzo posto in Europa, a ridosso dell'Industria alimentare tedesca e francese.

#### DIMENSIONE DELL'IMPATTO DEGLI INCREMENTI TARIFFARI

• Il commercio mondiale è il primo driver dello sviluppo. L'imposizione dei dazi rappresenta, nell'assoluta maggioranza dei casi, un freno alla crescita dei Paesi coinvolti. Lo dimostra una volta di più il fatto che il commercio mondiale chiuderà l'anno con un tasso di appena il +1,2%, con la speranza che risalga attorno al +2% nel 2020. Sono tassi insoddisfacenti, legati anche alla guerra commerciale in corso tra USA e Cina, deleteri per un Paese trasformatore e spiccatamente export oriented come l'Italia. Il tutto alla luce delle incognite di BREXIT e ferme restando le ingenti perdite determinate dall'embargo russo, per il quale non si intravvede alcuna luce all'orizzonte. Due cose sono certe in questo scenario: il 2019, dopo essere partito bene, esaltando le doti anticicliche dell'industria alimentare sotto il profilo produttivo e dell'export, chiuderà in frenata. Ed è certo altresì che il 2020 si aprirà su questa scia, con una velocità di uscita indebolita, senza rimbalzi.

Viale Pasteur, 10 ● 00144 Roma Eur ● C.F. 97023320589 Tel. (06) 5903534 – 5903380 ● Fax (06) 5903342 E-mail: presidenza@federalimentare.it ● www.federalimentare.it

- In questo contesto non facile, intervengono le maggiorazioni daziarie imposte dagli USA a partire dallo scorso 18 ottobre, che si sono attestate per ora al +25% ad valorem. Per l'Italia, hanno coinvolto essenzialmente alcuni prodotti molto importanti nel segmento dei formaggi duri, dei liquori e alcuni prodotti della salumeria (fra cui salami e mortadelle). In tutto, prendendo a riferimento le quote corrispondenti esportate negli USA nel 2018, l'impatto riguarda un valore complessivo del nostro export pari a circa 422 milioni di euro. Il nostro Paese pagherà il conto più alto dopo i quattro Stati membri che hanno ricevuto sussidi per Airbus (Francia, Germania, Regno Unito e Spagna). Tutti prodotti italiani colpiti dai dazi USA fanno parte del settore food & beverage e genereranno un costo aggiuntivo per gli esportatori stimabile in oltre 120 milioni di dollari. Ma c'è un elemento ancora più grave, rappresentato dal fatto che la citata quota export di 422 milioni di prodotti alimentari costituisce quasi il 90% dell'intera torta di Made in Italy interessata dai superdazi.
- In sostanza, gli USA, per quanto riguarda il nostro Paese, hanno caricato quasi per intero sulle spalle dell'alimentare la loro rappresaglia commerciale, con un'azione che non risponde a una politica simmetrica di ritorsioni, ma è certamente frutto delle lobby che si sono attivate in territorio americano per frenare il grande successo che, con tassi di espansione a due cifre, sta vivendo su quel mercato il "food and beverage" italiano. Come dire che l'Italia, la quale non ha partecipato al Consorzio Airbus e non ha fruito dei vantaggi commerciali legati agli aiuti riconosciuti distorsivi dal WTO, è oggetto adesso di una guerra commerciale, ancorché limitata, del tutto ingiusta e inappropriata. Non sembra casuale, infatti, che i comparti al momento più colpiti, il "lattiero-caseario" e quello degli "aperitivi e liquori" sono proprio quelli che, nel primo semestre dell'anno in corso, hanno registrato gli spunti espansivi più forti sul mercato USA, rispettivamente col +22,8% e il +32,7%.
- Il comparto lattiero-caseario è quello che subisce dagli incrementi daziari l'impatto
  maggiore: con il 52.1% del totale e un costo aggiuntivo di 60 milioni a carico delle
  imprese casearie esportatrici, ovvero quelle che attraverso i propri investimenti, impegno
  e intraprendenza hanno fatto degli Stati Uniti la prima destinazione extra-UE, per un valore
  che sfiora i 300 milioni di euro, affermandosi a dispetto della concorrenza agguerrita e sleale
  dei prodotti Italian sounding così tanto presenti in quel mercato.
- Quello dei liquori italiani, con un'incidenza percentuale di circa il 35,1%, è il secondo settore dell'agroalimentare nazionale più colpito dai dazi dopo il lattiero-caseario. D'altronde l'Italia è il terzo fornitore del mercato USA dopo Francia e Irlanda. Mediamente il 20/30% del fatturato delle Aziende nazionali di liquori deriva dall'export verso gli Stati Uniti ed in alcuni casi tale percentuale può raggiungere il 50%, configurandosi come un mercato di vitale importanza. L'applicazione dei dazi potrebbe comportare una perdita del valore export di almeno il 35%. In più, gli incrementi tariffari intervengono su un comparto che ha subito contrazioni di mercato nazionale determinate dai quattro successivi aumenti di imposta decisi fra la fine del 2013 e l'inizio del 2015 e su prodotti (aperitivi e liquori) che, non rientrando nella cornice dei prodotti agricoli, non potranno beneficiare delle eventuali misure che rientrano negli interventi della politica agricola comune che saranno messe in campo per altri Comparti.
- Terzo comparto alimentare colpito, quello della lavorazione delle carni suine, con un'incidenza percentuale del 12,8%.
- Va poi evidenziato che la stessa stima di 422 milioni sopra menzionata, come quota del nostro "food and beverage" coinvolta dai superdazi, è calcolata largamente per difetto. Andrebbe più correttamente ridefinita con stima prudenziale riferendosi alla quota a consuntivo 2019, che supererebbe di circa 100 milioni quella del 2018, assestandosi intorno ai 520 milioni di euro. Il danno perciò è imponente e coinvolge, solo per il nostro "food"

and beverage", un fatturato di oltre mezzo miliardo. A completare un quadro non esaltante, la considerazione che dei 7,5 miliardi di dollari di maggiorazioni daziarie concessi dal WTO agli USA, questi, al momento, ne hanno utilizzato solo una parte. Pertanto le rappresaglie potrebbero, aumentare di peso in prospettiva anche considerato che gli USA hanno la facoltà di adottare il cosiddetto "carosello", modificando via via, dopo un quadrimestre dalla partenza delle maggiorazioni, e dopo i successivi sei mesi, il ventaglio dei prodotti e dei Paesi colpiti, nonché la percentuale degli incrementi fino a concorrenza del 100%.

- Anche la situazione nazionale non aiuta: il nostro Paese sta vivendo il consolidamento della stagnazione dei consumi emersa nell'ultimo decennio, maturata con una perdita cumulata di ben 10 punti in valuta costante dei consumi alimentari domestici, assai più grave rispetto ai 2 punti persi in parallelo dai consumi nazionali complessivi. L'appiattimento progressivo dell'inflazione che si sta profilando in chiusura d'anno, giunta al +0,2% di ottobre, è un'altra conferma in questo senso. D'altronde, le misure di rilancio della crescita previste nella recente manovra di bilancio, per esiguità di risorse e dilazione di impatto, appaiono inadeguate a esorcizzare il fenomeno, tanto più a breve termine.
- A ciò si aggiunga che l'Italia ha la struttura produttiva di gran lunga più polverizzata fra le grandi industrie alimentari europee, fattore che, se da un lato, in alcuni casi ha facilitato fattori strategici come il presidio e la conservazione sul territorio dell'enorme patrimonio enogastronomico del Paese, dall'altro ha sicuramente frenato la nostra proiezione esportatrice.

## <u>POLITICHE NEGOZIALI NEI RAPPORTI USA/UE E INTERVENTI A SUPPORTO DELLE IMPRESE</u>

- Dal punto di vista delle politiche negoziali da intraprendere, è stato e sarà fondamentale l'intervento della nostra diplomazia sulle autorità UE e sull'Amministrazione americana affinché si possa trovare una soluzione, favorendo un accordo tra Unione europea e USA, partendo da una immediata cessazione dei dazi aggiuntivi.
- E' assolutamente cruciale evitare un escalation delle tensioni e ogni ulteriore inasprimento dei rapporti commerciali, prevenendo un inasprimento delle misure USA e contromisure UE ritorsive, che inaugurerebbero una vera e propria guerra daziaria della quale tutti pagherebbero le conseguenze, Imprese e consumatori in primis. In questo senso, andrebbe sollecitata l'UE ad escludere tutti i prodotti agroalimentari US dalla lista delle possibili future contromisure, limitando l'attenzione alla sola industria aeronautica.
- In una fase fluida e complessa come quella attuale, occorrono invece toni pacati, sostegno e attenzione ai massimi livelli, per rafforzare l'export, unica leva di sviluppo di cui gode il nostro Paese, e per difendere altresì l'unico, importante settore anticiclico di cui esso dispone, quello degli alimenti e delle bevande. Al contrario, non appaiono opportune misure europee contingenti quali quelle ipotizzate in favore dell'ammasso privato, che in situazioni analoghe, si sono rivelate poco utili a risolvere strutturalmente la crisi.
- E' invece necessario che le misure di sistema si concentrino innanzitutto sulle aziende e sui settori che esportano, le quali si trovano in una situazione di grande incertezza e rischiano di dover "svendere" i propri prodotti per compensare l'aumento delle tariffe e mantenere quote nel mercato americano. Solo così si eviteranno crisi di settore, che si riverserebbero a cascata su tutti gli altri attori della filiera.
- In tale contesto, accogliamo con favore l'impegno annunciato dal Governo anche con la previsione di risorse dedicate e il concreto dibattito avviato dall'Agenzia ICE tuttora in fase di approfondimento e definizione, per l'adozione di alcune specifiche iniziative

mirate a supporto delle categorie produttive coinvolte, con l'obiettivo prioritario di mitigare l'impatto delle tariffe compensatorie sul mercato statunitense per preservarlo e rafforzarlo e accelerare l'export su altri mercati di destinazione.

- In proposito, si sottolinea l'assoluta necessità di un impegno forte e costante dell'ICE a sostegno della promozione sui mercati. Non occorre attendere le emergenze per incrementare l'impegno nazionale in questa direzione. L'industria alimentare italiana è estremamente frammentata ed è appesantita da un mercato interno asfittico che ha perso 10 punti in valori costanti nell'ultimo decennio, a fronte dei 2 punti persi in parallelo dai consumi complessivi. Ha assoluto bisogno di trovare all'estero gli spazi che le sono negati all'interno. La qualità dei suoi prodotti e il successo della sua immagine nel mondo sono veicoli vincenti che devono trovare maggiore sostegno soprattutto in chiave bilaterale.
- Ciò premesso, si ritiene pertanto condivisibile un piano d'azione a breve che contempli i seguenti interventi:
  - innanzitutto, a supporto delle imprese produttrici di beni direttamente colpiti dai dazi, azioni promozionali prioritarie sul mercato USA (sistematiche promozioni con gli importatori, presso le catene distributive e gli specilaty stores), anche mediante un piano di comunicazione digitale che coinvolga opinion maker, influencer, testimonial, volto a valorizzare i prodotti nazionali, nonché programmi di incoming focalizzati da realizzare nell'ambito delle principali manifestazioni fieristiche USA sul F&B;
  - inoltre vanno intensificate le azioni educational, per consentire al consumatore americano di distinguere prodotti veramente italiani dalle imitazioni locali Italian sounding, così come va dedicata attenzione al rafforzamento delle azioni di promozione sul mercato americano a favore dei prodotti per i quali l'Italia potrebbe recuperare quote di mercato:
  - non vanno poi trascurate contestuali azioni "compensatorie" a favore delle imprese produttrici dei beni direttamente colpiti dai dazi su altri mercati diversi da quello statunitense:
  - hanno infine rilievo strumenti operativi connessi ad alcune ipotesi di lavoro collegate alla fruibilità gratuita dei servizi ICE per le imprese operanti nelle categorie merceologiche colpite dai dazi e alla creazione di un help desk on-line per il supporto diretto alle Aziende anche in relazione agli adempimenti amministrativi e doganali connessi.