

AGROALIMENTARE SUPPORTO ALLE AZIENDE CHE ESPORTANO

L'olio toscano conquista gli Usa «Così vi vince la sfida competitività»

FIRENZE

L'OLIO TOSCANO Igp si sta affermando soprattutto all'estero: negli Stati Uniti, in Canada e, gradualmente, anche nei mercati orientali. Il valore dell'olio esportato dalla nostra regione si aggira sui 600 milioni di euro. Ma si potrebbe fare di più. Per il mercato americano, esistono norme di legge, ma anche regole non scritte, che le aziende agroalimentari che vogliono esportare negli Stati Uniti dovrebbero conoscere. A illustrarle, nel corso di uno degli incontri organizzati dal Consorzio dell'olio toscano Igp (20 anni di attività), è Fabrizio Mani, presidente e fondatore della Mani Milano inc., società americana specializzata nel supporto all'internazionalizzazione delle imprese italiane in Usa. «L'America – spiega – è molto diversa da quello che ci si può immaginare guardandola dall'Italia. Chi esporta olio, ma questo vale anche per le altre aziende, deve adattarsi alle regole di quel mercato. Deve studiare e prepararsi. Ad esempio

è importante che raccolga tutti i documenti richiesti e presenti il prodotto al meglio, con un sito adeguato, con tutte le informazioni scritte bene, non in inglese scolastico o mal tradotte».

SU QUALI Stati è meglio puntare? «Nel food, e quindi anche per l'olio, la capacità di distinguere tra eccellenza e mediocrità del prodotto esiste sulle coste e nelle città internazionali. Nella parte centrale degli Stati Uniti, invece, usare un olio o un altro non fa differenza», risponde Mani. Per i quantitativi che le aziende esportano, è sufficiente anche puntare su una specifica zona, senza allargarsi molto, visto che, ad esempio, il solo Stato di New York ha un Pil equivalente all'intera Russia. E i dazi? «Le accise sull'olio – sottolinea Mani – sono veramente basse. Inoltre l'Italia è un mercato importante per gli Stati Uniti. Non credo si arriverà a una guerra commerciale».

mo.pi.

