

Opportunità da esplorare. Aumenta la quota di formaggi esportabili senza dazi

Dal Ceta una spinta potenziale all'export alimentare italiano

Laura Cavestri
MILANO

«Bene. Noi pensiamo di poter raddoppiare le vendite in Canada. Ma dipende: adesso che cosa cambierà davvero per le quote di importazione dei formaggi "Made in Italy"? Perché è vero che crescono le tonnellate di formaggio europeo che potranno entrare in Canada senza dazi, ma chi potrà acquistarle? Solo la Gdo? Anche i distributori minori? Gli importatori per hotel e ristoranti? O anche le cooperative e i produttori locali che vogliono diversificare l'offerta?». Per Paolo Ganzerli, *International Sales director* di Parmareggio (330 milioni di fatturato globale) la sfida è tutta qui.

Ovvero, capire come il Ceta - l'accordo di libero scambio dalla Ue con il Canada (ma anche il più ambizioso mai sottoscritto) - potrà tradursi in concreti vantaggi per il comparto alimentare europeo, e soprattutto italiano.

Esplorare come trasformare l'intesa in concrete opportunità di business è stato l'obiettivo della delegazione europea in Canada - recentemente guidata dal commissario all'Agricoltura, Phil Hogan - assieme a 60 aziende Ue dell'agroalimentare (otto le italiane).

Il Parlamento canadese, infatti, lo scorso 17 maggio ha ratificato l'intesa, che a questo punto dovrebbe entrare in vigore - in modalità provvisoria - a partire dal 1° luglio (perché l'Europarlamento ha già dato il suo via libera lo scorso 15 febbraio). «Vediamo - ha detto Hogan - una crescita potenziale molto forte in Canada, tra la classe media, per il prodotto europeo».

L'Europa - in cambio di maggiori importazioni dal Canada di bovini, maiali, grano e mais - ha ottenuto l'aumento della sua quota di esportazione di formaggi verso il Canada, senza diritto di dogana, da 3 mila a 18.500 tonnellate all'anno.

Infatti, nonostante le rassicurazioni del ministro dell'Agricoltura

L'interscambio

In miliardi di euro

2010	3,87
2011	4,35
2012	4,62
2013	4,63
2014	5,58
2015	5,14
2016	5,18

Fonte: Ministero dello Sviluppo economico

IL NODO DA SCIogliere

Ancora da capire se le vendite saranno destinate alla Gdo o anche ai distributori minori. Una delegazione Ue è stata in Canada per valutare le ricadute

coltura canadese, Lawrence MacAuley (per cui «grazie all'accordo le esportazioni di agro-food canadese cresceranno, nella Ue, di 1 miliardo di euro l'anno»), i produttori oltreoceano sono preoccupati. Non a caso, proprio loro vorrebbero accaparrarsi le nuove quote di importazione perché si sentono i più «danneggiati» dal trattato e vorrebbero poi rivendere il formaggio importato dall'Europa, perché da noi costa molto meno che in Canada (e permetterebbe loro di recuperare margini e fare profitti veloci). Cosa che, ovviamente, non sta bene ai grandi importatori. Una partita tutta canadese, che, però, in base a come si risolverà, avrà effetti diretti sulle reali opportunità di penetrazione dei nostri prodotti.

Senza contare che laddove esistono quote di importazione, esiste spesso anche l'"usanza" - non proprio trasparente - per chi le possiede e non può cederle, di "noleggiarle" a impor-

tatori e distributori che non le hanno avute, a 5-7 dollari canadesi al chilo.

Per Marco Tramelli, *marketing manager* del Consorzio del Prosciutto di Parma, l'export rappresenta oggi un terzo del fatturato (il 32%), pari a 280 milioni di euro. «Il primo mercato sono gli Usa - ha spiegato Tramelli -. In Canada esportiamo appena 70 mila prosciutti, pari a 7 milioni di euro. Ma è anche vero che qui per anni abbiamo subito la concorrenza di *Maple Leaf*, l'azienda alimentare che aveva acquistato il marchio del Prosciutto di Parma (quasi del tutto simile al nostro), da un imprenditore italiano immigrato, che lo aveva registrato negli anni 60. In questo modo, il Canada riconosceva quello più "vecchio" per registrazione sul proprio suolo come autentico. Con il Ceta, il prodotto canadese e il nostro, che conterrà la dicitura «originale», potranno finalmente coesistere, con pari dignità, nei banchi dei supermercati. Ed è già una vittoria».

«Sinora siamo entrati in Canada fornendo prodotti per la ristorazione e il catering - ha sottolineato Giorgio Alberani, direttore commerciale di Frutttagel (che ha chiuso il 2016 a 130 milioni di fatturato quasi tutto in Italia) -. Ma in Usa già arriviamo con le linee biologiche. Crediamo ci sia spazio anche qui. Anche perché vogliamo portare il nostro export dal 5 al 10% del fatturato e per farlo ci siamo anche organizzati in rete d'impresa con altre 5 società del settore». Per Alberani, «la sfida per Frutttagel in Canada è fare un salto di qualità con la penetrazione del biologico attraverso il settore retail».

Secondo i dati di Federalimentare, l'export alimentare italiano in Canada, ha sfiorato, l'anno scorso, i 770 milioni di euro (+6,47% rispetto al 2015). Quasi la metà delle vendite sono di vino, birra e liquori, per un complessivo di 340 milioni di euro.



© RIPRODUZIONE RISERVATA