

L'industria dei salumi tiene e studia investimenti negli Usa

Giorgio dell'Orefice



Sostanziale tenuta sul mercato americano nonostante i dazi, grande attesa per l'accordo Ue-Mercosur ma anche forte volontà di investire negli Stati Uniti per rafforzare la propria competitività su quel mercato. Sono queste le priorità in chiave di mercati internazionali di Assica, l'associazione degli industriali dei salumi, che rappresenta uno dei fiori all'occhiello dell'agroalimentare made in Italy con un giro d'affari di 9,4 miliardi di euro, di cui 2,3 miliardi realizzati sui mercati esteri. Il primo dato rilevante è la sostanziale tenuta negli Stati Uniti. Nonostante i dazi introdotti dal Presidente Trump, la salumeria made in Italy nei primi nove mesi del 2025 ha registrato una crescita dello 0,7% in volume con una flessione del 1,8% in valore. Nel complesso invece l'export di salumi ha fatto ancora meglio con un più 6% in volume e un più 6,2% in valore. Risultati messi a segno, tra l'altro, dopo un 2024 molto positivo che aveva chiuso con una crescita dell'8% in quantità e del 9,6% in valore (a 2,3 miliardi).

E grandi aspettative gli industriali dei salumi le nutrono nei confronti dell'accordo Ue-Mercosur sperando che possa rapidamente entrare in vigore.

«Un accordo importante – spiega il direttore dell'Assica, Davide Calderone – perché prevede la progressiva riduzione dei dazi sui prodotti a base di carne suina che ad oggi oscillano tra il 10 e il 16%. Ma ancora più importanti sono le regole chiare e trasparenti per disciplinare le procedure di autorizzazione delle importazioni con,

inoltre, una applicazione regolamentata dei principi di precauzione e di regionalizzazione».

L'intesa, a giudizio dell'Assica, non comporta rischi per i produttori europei. «Sono fissati rigidi contingenti di importazione – aggiunge Calderone -: 90mila tonnellate di carne bovina (pari all'1,5% della produzione Ue), 25mila di carne suina (pari allo 0,1% della produzione europea) e 180mila di pollame (pari all'1,3% del prodotto Ue). Senza dimenticare la protezione accordata ai prodotti a denominazione d'origine: 344 marchi Ue, 57 italiani e 9 dei quali relativi a salumi».

Ma ad Assica guardano avanti e stanno lavorando anche per mitigare l'impatto dei dazi sul mercato Usa. Una strada complessa ma non impossibile. In questa attività Assica è affiancata negli Stati Uniti dallo studio Becker Lawyers, con l'obiettivo di far conoscere il settore della salumeria italiana alle principali istituzioni americane, su tutte il Congresso. «Stiamo lavorando su due dossier in particolare – spiega Gabriel Monzon Cortarelli, partner dello studio Becker Lawyers -. Un primo riguarda i temi sanitari che al momento ancora impediscono di esportare Bresaola negli Stati Uniti e, per effetto di questioni veterinarie, bloccano anche le vendite di salumi provenienti da regioni a sud della Toscana. Ma il capitolo più importante riguarda la possibilità di realizzare investimenti negli Usa».

Ad Assica non pensano di delocalizzare negli Stati Uniti l'intera produzione di salumi ma solo la fase del preaffettamento e del confezionamento. «Il trend dei salumi preaffettati è in forte crescita – aggiunge il direttore di Assica Calderone -. Rappresentano ormai il 40% delle vendite in Italia e il 60% delle vendite all'estero con forti margini di crescita negli Usa. Si tratta di una modalità che facilita la penetrazione in mercati dove non sono diffuse le vendite al banco gastronomia e favorisce una migliore distribuzione sul territorio dei prodotti».

«Il Presidente Trump – aggiunto Monzon Cortarelli – intende incentivare gli investimenti esteri negli Usa e la realizzazione di stabilimenti industriali sul territorio americano. Il problema è che le agevolazioni scattano con investimenti superiori al miliardo di dollari. Una cifra al momento fuori portata per l'industria dei salumi. Stiamo studiando due possibilità: o aggregare gli investimenti di diversi soggetti per arrivare alla soglia fissata o negoziare un tetto più basso per accedere alle agevolazioni».

«Per raggiungere capillarmente il vastissimo territorio degli Usa – ha concluso il Presidente di Assica Lorenzo Beretta - sono molto importanti gli investimenti in loco, anche in termini di logistica. Il prodotto pre-affettato, in particolare, trae beneficio dalla grande esperienza maturata nel campo da parte delle aziende italiane, oggi in grado di offrire prodotti di elevata qualità unita ad una elevata componente di servizio».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

