

Sos dazi, associazioni in allarme «Ora la sfida sono i nuovi mercati»

Palladino (Cna): «Va alleviato il peso burocratico dell'Unione Europea per far crescere le aziende». Renzi (Confartigianato): «Un elemento che ci porta indietro nel tempo, ma vincerà la nostra creatività»



Andrea Martelli (Ascom)

di **Mattia Grandi**

L'entrata in vigore dei dazi di base che gli Stati Uniti del presidente Trump hanno introdotto nei confronti dei paesi di tutto il mondo preoccupano anche il tessuto economico e produttivo di Imola e del suo circondario. E tra qualche giorno scatteranno pure i dazi reciproci che metteranno nella lista nera l'intera Unione Europea.

Così, sulle rive del Santerno, le associazioni di categoria hanno alzato la soglia dell'attenzione: «Esprimiamo preoccupazione per gli effetti negativi dei dazi americani sulle imprese italiane, specialmente artigianali, micro e piccole imprese, fortemente orientate all'internazionalizzazione - spiega Luca Palladino, presidente di Cna Imola -. Questa misura rischia di dare inizio ad una possibile guerra commerciale, aggravata dalle attuali turbolenze geopolitiche. Auspichiamo che l'iniziativa americana serva a ridefinire positivamente le relazioni commerciali Usa-Europa e invitiamo il governo a muoversi rapidamente attraverso la diplomazia».

E ancora: «Ora la sfida sarà quella di cercare nuovi mercati, che non mancano, sapendo che questo percorso comporterà tempo ed investimenti da parte delle imprese - aggiunge -. Senza dimenticare la necessità di ridurre il peso burocratico nella Ue e di eliminare i freni allo sviluppo dell'economia introdotti negli ultimi anni da Bruxelles per cercare di favorire la crescita di produttività e competitività delle imprese del continente».

Sulla stessa lunghezza d'onda Andrea Martelli, direttore generale di Confcommercio Ascom

riere, anche economiche, è sicuramente peggiore di un mondo senza - analizza -. I dazi però, storicamente, hanno fatto più male a chi li ha imposti rispetto a chi li ha subito. Non credo che gli Usa abbiano interesse a scatenare una guerra commerciale». Poi, una riflessione su scala locale: «Una piccola azienda della zona che esporta in Usa potrebbe veder ridotti gli ordinativi con conseguente ridimensionamento di produzione e relativi licenziamenti - sottolinea Martelli -. La speranza è quella dell'avvio tempestivo, da parte dei vertici governativi, di un corretto percorso di negoziazione attraverso una diplomazia commerciale intelligente per raggiungere accordi ragionevoli



Da sinistra: Luca Palladino (Cna) e Amilcare Renzi (Confartigianato)

Imola: «Un mondo con più bar-



con gli Usa. I prodotti del Made in Italy? Sono di alta fascia qualitativa, suscitano emozioni e difficilmente gli acquirenti se ne priveranno nonostante i dazi».

Li descrive invece come un «elemento antistorico che ci porta indietro nel tempo – Amilcare Renzi, segretario di Confartigianato Bologna Metropolitana –, Le nostre imprese sono preoccupate, da sempre gli Stati Uniti sono un punto di riferimento per il nostro agroalimentare, per il comparto dell'automotive e per la moda, due settori, tra l'altro, che hanno già problematiche indipendentemente dai dazi e che rischiano di accentuarsi. Ancora una volta però la creatività, le competenze e la flessibilità dei nostri imprenditori emergeranno. Non staremo certo a guardare, cercheremo di fronteggiare la situazione con una accentuata sensibilità verso nuovi mercati e nuovi canali di commercializzazione».

Per Sabina Quarantini, presidente di Confesercenti Imola: «Servirà un po' di tempo per comprendere l'impatto della novità – riflette -. Per le attività e micro attività della zona è prevedibile un effetto a cascata in funzione di quanto accadrà alle grandi imprese, industriali ed agricole, del territorio e più in generale all'economia circoscrizionale». Non solo. «Come Confesercenti riteniamo però strategica l'idea, su scala continentale, di una revisione regolatoria della tassazione dei colossi del web – rimarca -. Un nodo legato alla concorrenza fiscale, con l'evidente divario tra il commercio online e quello reale, che andava affrontato già tempo fa. Diversamente, assisteremo ad una forte omologazione dei consumi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA