

La risposta del made in Italy ai dazi: disegniamo imprese più efficienti

Il summit di Cernobbio. Marcegaglia: finora impatto ridotto. Larry Fink: l'inflazione crescerà

dal nostro inviato
Federico Fubini

CERNOBBIO Il Forum Teha di Cernobbio era la prima occasione per i leader delle imprese italiane e della politica economica europea di fare il punto sull'emergenza del 2025, i dazi americani. Ma sembra che molti, se non tutti, facciano del loro meglio per farsela sfuggire. A Villa d'Este della tassa posta da Donald Trump al 15% sulle importazioni europee si sta parlando poco, e semmai si incaricano di farlo osservatori americani che tendono a minimizzare l'impatto. Non così l'ex premier Paolo Gentiloni: «È un brutto accordo», dice del patto concluso in Scozia da Ursula von der Leyen.

In parte, forse, è semplicemente presto per trarre qualunque conclusione. I nuovi dazi al 15% sono in vigore da poche settimane e per il momento restano invisibili nelle statistiche ufficiali, così come nei conti delle imprese. In parte potrebbe contare anche l'andamento divergente dell'export italiano in America, rispetto alle medie dell'Unione europea. In giugno e luglio, quando era ormai in vigore la tariffa generale al 10% e quella sulle auto al 25%, il fatturato delle imprese europee negli Stati Uniti è crollato dell'8,8% rispetto a un anno prima. Quello delle imprese italiane invece negli stessi due mesi è cresciuto del 2,3%.

Si tratta di andamenti provvisori — registrati dallo Us Census Bureau — perché il crollo delle vendite europee è senz'altro il contraccolpo della corsa agli acquisti da parte de-

gli importatori americani nei mesi precedenti, prima che i dazi scattassero. Lo stoccaggio anticipato dei prodotti «made in Italy» in America era stato invece meno rapido. Intanto Ue e Italia subiscono di più la chiusura cinese — secondo le dogane di Pechino — con un crollo dell'export nella Repubblica popolare nel 2025 rispettivamente del 5,2% e del 9,7%. Eppure la chiusura dei mercati globali non sembra preoccupare troppo sulle rive del Lago di Como, almeno in questo weekend. Non un solo manager italiano ha toccato il tema in sala, nel primo giorno del Forum Teha. Ma vari imprenditori, in maniera anonima, parlano già di una regola dei «tre cinque»: il primo 5% del costo dei dazi assorbito nei margini del produttore, il secondo 5% in quelli dell'importatore e il terzo 5% va a carico del consumatore americano.

C'è poi chi è già più avanti nel fare i conti con i nuovi oneri. Sonia Bonfiglioli, presidente di Confindustria Emilia area centro e della Bonfiglioli Riduttori, fornisce ogni anno componenti meccaniche per centinaia di milioni di dollari a gruppi americani come Caterpillar, General Electric o John Deer. «Abbiamo già avviato una rivisitazione di tutti i processi produttivi, dobbiamo generare più efficienza in tutta la filiera — dice —. Ma ci aiuta il fatto che altri Paesi hanno subito dazi americani anche più alti». Emma Marcegaglia, del gruppo dell'acciaio (dove i dazi sono al 50%), è più cauta. «Finora l'impatto dei dazi si è sentito poco — osserva — ma potrebbe esserci una sottovalutazione». Del resto anche Larry Fink, patron di BlackRock, ieri ha avvertito che con le tariffe di Trump l'inflazione in America crescerà.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Gli effetti

- In giugno e luglio, quando era in vigore la tariffa generale al 10% e quella sulle auto al 25%, il fatturato delle imprese europee negli Stati Uniti è crollato dell'8,8% rispetto a un anno prima

- Il fatturato delle imprese italiane è cresciuto del 2,3% perché lo stoccaggio anticipato dei prodotti «made in Italy» era stato meno rapido

- I dazi al 15% sono in vigore da poche settimane e non sono ancora visibili nelle statistiche ufficiali



Al vertice

Emma Marcegaglia, ceo di Marcegaglia Holding, e Sonia Bonfiglioli, a capo del gruppo Bonfiglioli

