

Brexit, Coldiretti lancia l'allarme sul made in Italy

BARI – L'ultima minaccia del premier inglese Boris Johnson sarebbe l'ennesima tegola per l'agroalimentare tricolore, con la Gran Bretagna che rischia di diventare il porto franco del falso Made in Italy in Europa per la mancata tutela giuridica dei marchi dei prodotti italiani a indicazioni geografica e di qualità (Dop/Igp) che rappresentano circa il 30% sul totale dell'export agroalimentare tricolore. E' l'allarme della Coldiretti in riferimento all'annuncio che il premier britannico Boris Johnson sarebbe pronto ad accettare controlli alle frontiere pur di non acconsentire all'imposizione dei regolamenti e degli standard europei sulle merci, come richiesto dalla Ue.

“Le esportazioni di prodotti agroalimentari dalla Puglia al Regno Unito sono aumentate del + 41,5 % negli ultimi 5 anni. Su un valore totale di 139 milioni di prodotti agroalimentari pugliesi esportati, oltre il 70% dell'export riguarda l'ortofrutta, pari a 97,5 milioni di euro, mentre si assiste ad un calo del 31% negli ultimi 5 anni delle importazioni dal Regno Unito. Per sostenere crescita e nuove opportunità di lavoro – sottolinea il **presidente di Coldiretti Puglia, Savino Muraglia** – occorre investire sulla competitività del Made in Italy a partire dall'agroalimentare che è un elemento di traino per l'intera economia in Italia e all'estero”.

Dopo il vino, continua Coldiretti Puglia, al secondo posto tra i prodotti agroalimentari italiani più venduti in Gran Bretagna c'è l'ortofrutta fresca e trasformata come i derivati del pomodoro, ma rilevante è anche il ruolo della pasta, dei formaggi e dell'olio d'oliva. Occorre, quindi, evitare l'arrivo di dazi e ostacoli amministrativi e doganali alle esportazioni Made in Italy che nell'agroalimentare nel 2019 sono risultate stagnanti (+1%) anche per il progressivo

rafforzamento della sterlina nel secondo semestre del 2019, aggiunge Coldiretti.

“Parallelamente sui mercati ci troviamo ad arginare iniziative come quella dell’etichetta a semaforo inglese – ha concluso il presidente Muraglia – legata principalmente all’azione di 4 grandi multinazionali del cibo come Coca cola, Pepsi Co, Mars e Nestlè, colossi che dispongono di risorse e leve pubblicitarie e commerciali finalizzate ad influenzare i comportamenti e gli orientamenti all’acquisto del consumatore medio. Con l’uscita dall’Unione Europea si teme anche che si affermi in Gran Bretagna una legislazione sfavorevole alle esportazioni agroalimentari italiane come ad esempio l’etichetta nutrizionale a semaforo sugli alimenti che si sta già diffondendo in gran parte dei supermercati inglesi”.