

ECONOMIA

**IL PUNTO**

Il quadro della situazione
«Il primo mercato di riferimento per l'export italiano è la Germania. Subito dopo però ci sono gli Usa, con un valore di 67 miliardi. Nel Lodigiano ci sono imprese di piccole dimensioni, c'è meno capacità di esportare direttamente, ma comunque siamo all'interno della filiera dell'export».

ESPORTAZIONI - 1 Preoccupazione di artigiani e imprese lodigiani

«Prima le sanzioni russe e adesso i dazi di Trump»

di **Federico Dovera**

■ I dazi minacciati da Trump suscitano apprensione pure negli artigiani e nelle imprese del territorio.

A riflettere su questa possibilità che appare molto concreta ora che alla guida degli Usa siede il leader dei repubblicani è Fabio Milella, direttore di Lodi Export: «Già abbiamo perso per effetto delle sanzioni comminate dalla UE il mercato della Russia. Nel caso degli Usa si tratta di una legittima e di certo non innovativa politica economica che gli Stati Uniti hanno tutto il diritto di portare avanti così come, del resto, fa a sua volta l'Unione Europea, mascherando talvolta i dazi sotto forma di normative ambientali. Indubbiamente il dazio sarà un danno per le nostre imprese perché l'acquirente americano dovrà pagare di più per ricevere lo stesso prodotto. Però, detto questo, tale problematica non deve essere usata per mascherare le gravi mancanze della nostra politica comunitaria che si stanno portando avanti negli ultimi anni a livello di rapporti con Paesi esteri e a livello ambientale».

Per le imprese del Lodigiano, come dice Milella e come sottolinea anche Mauro Sangalli, segretario generale Unione Artigiani, gli Usa sono il primo Paese per export al di fuori dell'UE. È un mercato grande, ricco e che importa molto dall'Italia. «Nello specifico - fa notare a questo riguardo Sangalli - il primo mercato di riferimento per l'export italiano è la Germania. Subito dopo però ci so-



Fabio Milella



Mauro Sangalli

no gli Usa, con un valore di 67 miliardi. Nel Lodigiano ci sono imprese di piccole dimensioni, c'è meno capacità di esportare direttamente, ma comunque siamo all'interno della filiera dell'export. I prodotti della fascia alta del mercato, i prodotti di lusso, avran-

no conseguenze limitate perché si rivolgono a consumatori dotati di potere d'acquisto importante, e per i quali pagare un sovrapprezzo in termini di dazi importa poco. Sarà su questi prodotti che dovremo puntare». La guerra dazi contro dazi, fa notare Sangalli, porterà ad un aumento dell'inflazione.

Ma concretamente non è ancora dato sapere quali tipi di dazi imporrà Trump, dice Milella: «Può anche darsi che questa ipotesi venga paventata dagli Usa per cercare di ottenere favori su altri piani come ad esempio quello militare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ESPORTAZIONI - 2

Assolombarda valuta gli impatti

■ "Dazi Usa: il possibile impatto sulla Lombardia": è il tema della nuova analisi di Assolombarda dalla quale emerge che i settori più esposti verso gli Stati Uniti sono il sistema moda, l'agroalimentare, la farmaceutica, la meccanica e gli apparecchi elettrici. Al contrario, settori quali chimica, metalli, mezzi di trasporto, gomma-plastica, legno e carta, ed elettronica sono relativamente più indipendenti dal mercato statunitense.

In dettaglio: nei primi nove mesi del 2024, i settori manifatturieri più rappresentativi delle esportazioni lombarde verso gli Usa sono stati i seguenti: meccanica ed elettronica (32,4%), di cui il 20,5% rappresentato dalla meccanica, l'8,3% dagli apparecchi elettrici e il 3,6% dall'elettronica; chimica e farmaceutica (17,0%), rispettivamente per il 9,8% e il 7,2%; moda (14,6%), di cui l'8,5% rappresentato da abbigliamento e altri prodotti tessili, il 3,3% dalle calzature e il 2,8% da pelli e cuoio; metalli (12,4%); agroalimentare (8,7%).

«Questi numeri - si legge nel report - rappresentano i settori più rilevanti in termini monetari all'interno delle esportazioni verso gli Stati Uniti. Tuttavia per comprendere quanto ogni settore sia esposto è necessario rapportare il suo export negli Stati Uniti all'export verso tutto il mondo. Più questo rapporto è elevato, più sarà (teoricamente) difficile trovare un mercato alternativo nel caso di innalzamento di tariffe doganali». ■ An. Soff.

SCENARI

Tra Lodi e Crema un matrimonio d'interesse

■ La pista ciclabile Lodi-Crema in costruzione sulla strada provinciale 235 è l'emblema di un percorso di avvicinamento tra due territori che al momento è solo in potenza ma potrebbe offrire grandi gratificazioni a entrambi. Da un lato abbiamo il Lodigiano che vanta solidi legami con Milano, soprattutto sul versante economico, ma corre sempre il rischio di essere schiacciato o inglobato dalla metropoli e dunque deve lavorare costantemente per mantenere una propria identità. Dall'altro lato abbiamo Crema, distante solo 18 chilometri da Lodi, che formalmente è in provincia di Cremona ma rappresenta un'isola a sé, orgogliosa delle proprie radici e della propria fisiologia, con una propria diocesi e un tessuto economico assai diverso da quello del suo capoluogo, da cui dista 40 chilometri (il doppio di Lodi).

Se dovessimo trovare due territori divisi tra province diverse ma che hanno un interesse a lavorare insieme, dobbiamo guardare proprio a Lodi e Crema. Entrambe, ad esempio, stanno registrando un forte sviluppo dell'industria cosmetica e farmaceutica, Crema più nel primo campo e Lodi nel secondo. Entrambe hanno ancora un sistema bancario di prossimità, rappresentato dalle banche di credito cooperativo, che sono presenze solide e molto attive sui territori, a sostegno del tessuto delle Pmi ma anche delle realtà sociali.

Proprio nell'ambito del credito cooperativo qualche segnale sotto traccia si inizia a percepire, soprattutto nel territorio lodigiano. Sta sviluppandosi un movimento che, dovessero rendersi necessarie o foriere di crescita fusioni bancarie, consiglia di guardare più a Crema che a Milano, per evitare di essere "mangiati". Un territorio che non ha più banche autonome è più povero e meno indipendente, questo il pensiero che si fa strada. E dunque meglio giocare d'anticipo.

Al momento il tema non è all'ordine del giorno, tuttavia la concentrazione di istituti di credito, anche nel mondo cooperativo, potrebbe essere inevitabile di fronte a un mondo sempre più complesso. Se caliamo nell'ambito Bcc quanto sta vorticosamente avvenendo nel mondo Abi è assai facile comprenderlo. ■ L. R.

ACCESSO AL CREDITO Giovedì è stata firmata un'intesa tra BCC Centropadana, Confidi Systema e Confartigianato

Un accordo per sostenere le aziende del territorio

■ BCC Centropadana, Confidi Systema e Confartigianato Imprese Provincia di Lodi hanno siglato un accordo per supportare le aziende del territorio.

L'intesa, i cui contenuti sono stati presentati giovedì pomeriggio a Lodi nella sede di BCC Centropadana, prevede facilitazioni per l'accesso al credito, corsie preferenziali per tempi di risposta celeri,

consulenze specialistiche sulle misure di finanza agevolata, condizioni economiche dedicate di primario livello, mutui prima e seconda casa con durate fino a 40 anni e con possibilità di finanziare il 100% del prezzo per familiari e dipendenti degli associati.

Queste le parole del direttore generale di BCC Centropadana, **Luca Barni**: «La conoscenza del tessu-



Luca Barni, direttore generale di BCC Centropadana

to imprenditoriale e sociale del territorio, l'ascolto e la proattività sono il vero marchio di fabbrica del nostro "essere e non fare banca" e questo accordo ha l'obiettivo di rafforzare le sinergie che il nostro istituto sta costruendo in questi anni per lo sviluppo del territorio».

Soddisfazione è stata espressa anche dal direttore generale di Confidi Systema, **Andrea Bianchi**: «L'accordo con BCC Centropadana nasce da una totale condivisione di valori e obiettivi: la finanza come motore di sviluppo reale, la presenza attiva sui territori e un im-

pegno etico nel supporto alle imprese».

Per **Sabrina Baronio**, presidente provinciale Confartigianato Imprese Provincia di Lodi, «Si tratta di un'intesa che va nella direzione attesa dagli imprenditori, quella di un accesso al credito a condizioni sostenibili, perché competitive e quindi convenienti. Inoltre consente di valorizzare il ruolo del nostro Confidi di riferimento e di rafforzare il nostro rapporto di stretta collaborazione con un importante istituto di credito del territorio». ■

An. Soff.