

SAN ROCCO AL PORTO L'amministratore delegato Filippo Scandellari commenta la "giravolta" trumpiana

Nel 2024 l'export verso gli Usa ha raggiunto un valore di 20 milioni di euro sul totale di circa 100 milioni fatturati dal gruppo

di **Andrea Soffiantini**

«Un po' d'impatto sui prezzi ci sarà, ma per noi non dovrebbe cambiare lo scenario competitivo». Comunque andranno nei prossimi novanta giorni le negoziazioni tra gli Stati Uniti e l'Unione europea, **Filippo Scandellari**, amministratore delegato della **Polenghi Food** di San Rocco al Porto, non si dice particolarmente preoccupato per gli eventuali dazi al 20% (nel frattempo dimezzati) che invece potrebbero incidere pesantemente su molte altre attività economiche.

L'azienda che amministra - specializzata nella produzione di succhi di limone, che oltre allo stabilimento lodigiano conta altri tre poli produttivi nel mondo, uno dei quali in California - può fare affidamento Oltreoceano su un mercato ormai consolidato che, grazie anche allo stabilimento in loco ed all'export di prodotti biologici dall'Italia, nel 2024 ha raggiunto un valore di circa 20 milioni di euro sul totale di circa 100 milioni fatturati dal gruppo.

«Noi - spiega Scandellari - produciamo in America da circa dieci anni. Quello statunitense è un mercato importante, il più sviluppato per quanto riguarda i succhi di limone e lime. Un mese fa abbiamo spo-



I dazi "non spremeranno" la Polenghi: «Acquisita un'azienda a Los Angeles»



A sinistra l'ad Filippo Scandellari, in alto la sede di San Rocco al Porto

stato la produzione dalla Florida alla California acquisendo un'azienda, la Nielsen Citrus, nell'area di Los Angeles: un'operazione che fa parte di un processo strategico di sviluppo del Gruppo Polenghi, che si sta evolen-

do da azienda esportatrice ad azienda globale internazionale, mantenendo la capacità manageriale italiana di interpretare il business nei diversi continenti, con la produzione e la commercializzazione vicini al mer-

cato di destinazione. In questo modo riduciamo il carbon footprint e commercializziamo un prodotto più fresco, quindi di maggiore qualità».

Solo una parte della produzione di San Rocco viene esportata negli Usa: «L'impatto di eventuali dazi americani, ovviamente non auspicabili, sarà per noi più gestibile grazie al fatto di avere una società

commerciale e produttiva in California. Questo ci permette flessibilità nella gestione delle produzioni tra Italia e Stati Uniti e ci evita eventuali blocchi commerciali da importatori terzi che possono essere spaventati dal rischio del dazio, consentendoci di continuare a vendere a nostra piena discrezione». ■

©RIPRODUZIONE RISERVATA

LODI EXPORT Il direttore del consorzio Fabio Milella: «La situazione sta bloccando tutto l'interscambio, il rischio è di lavorare in perdita»

Un webinar sui dazi nelle ore della svolta: «C'è incertezza, subissati dalle domande»

«C'è molta preoccupazione non solo tra le aziende associate che hanno a che fare con gli Stati Uniti: c'è tutto un indotto che subisce questa situazione di incertezza».

Ieri per le aziende associate a Lodi Export è stato il giorno del webinar sulla questione dazi, e **Fabio Milella**, direttore del Consorzio, riferisce di una mattinata calda: «Siamo stati subissati di domande. L'incertezza sta bloccando tutto l'interscambio, in questa situazione per gli imprenditori il rischio è di lavorare in perdita: quelle che potevano essere buone opportunità commer-

ciali rischiano di diventare un bagno di sangue. È una situazione che va monitorata giorno per giorno, ora per ora. E a manifestare preoccupazione sono anche le aziende che non hanno affari diretti con gli Stati Uniti: temono il rischio di ripercussioni a catena sui mercati integrati, dunque di una recessione internazionale. Le decisioni di Trump continuano a spiazzarci, per quanto si potesse immaginare che puntasse ad aprire una fase di negoziazione con i singoli Paesi».

L'incertezza è anche dovuta alle difficoltà di chiarire il quadro dei

codici doganali ai quali dovranno in questa fase essere rapportati i dazi universali al 10% provvisoriamente stabiliti dagli Stati Uniti: «È stato uno dei punti centrali del webinar. Le aziende vogliono capire allo stato attuale qual è il dazio da applicare ai loro specifici prodotti, e dunque da aggiungere a quello del 10% fissato da Trump dopo l'apertura ai negoziati. Ogni impresa deve operare una conversione, deve cioè individuare il codice doganale statunitense da far corrispondere al codice comunitario. Come Consorzio siamo molto impegnati anche su questo fronte».



Fabio Milella e Trump



Incertezza e preoccupazione, per il momento si va avanti così: «C'è poco da fare, in attesa di svilup-

pi siamo costretti a restare alla finestra». ■
An. Soff.