

NEL CANADA ARRABBIATO L'ITALIA È FAVORITA

Le minacce (e le dilazioni) di dazi fatte da Donald Trump spingono il Paese a diversificare le importazioni. Ecco che si aprono spazi per le nostre imprese.

di Gian Marco Litrico, da Kelowna, British Columbia (Canada)



GETTY IMAGES (3)



Un'estensione di grano in Canada, di cui è uno tra i maggiori produttori al mondo. Sotto, protesta contro le dichiarazioni di Donald Trump che parla del Paese come del 51esimo Stato degli Usa. A sinistra, Mark Carney, il neopremier.

Strong and free». Un Canada forte e libero. Sono le parole che campeggiavano sulla prima pagina del quotidiano *Globe and Mail* il 5 marzo scorso, il giorno dopo l'inizio ufficiale della guerra economica tra Washington e Ottawa. Passano 24 ore e Trump, di nuovo, sospende i dazi fino al 2 aprile prossimo: un tira-e-molla che Wall Street non ha gradito, con l'indice S&P 500 andato giù del 15 per cento dal giorno dell'incoronazione di The Donald. I canadesi non si fanno illusioni. Il primo ministro uscente Justin Trudeau, però, è stato chiaro: con i suoi dazi, il presidente Usa vuole portare il Paese al collasso economico per annetterlo come 51° Stato dell'Unione.

Dopo la pugnalata alle spalle ricevuta dalla nazione storicamente più amica, ora vince la rabbia. Racchiusa in un'espressione molto canadese: «Elbows up and gloves off». Ovvero, su i gomiti e via i guantoni. Il gesto che nell'hockey su ghiaccio significa che è ora di combattere. Al momento, solo con il portafoglio, boicottando il made in USA. Il risultato è un vuoto commerciale che attira l'Italia, anche sotto la spinta del trattato Ceta con la Ue: nei cinque anni dalla sua entrata in vigore, nel 2017, l'export verso il Canada è cresciuto del 40 per cento.

L'ambasciatore italiano a Ottawa Alessandro Cattaneo, da diplomatico di carriera, misura le parole. «L'ha detto bene il vice presidente Antonio Tajani: la guerra dei dazi non conviene a nessuno. Con la sua vocazione all'export, l'Italia sa che il commercio internazionale crea prosperità diffusa e per questo sta lavorando, ricomponendo le tensioni esistenti. Detto ciò, il Canada punta da tempo a diversificare la sua economia. L'Europa è un interlocutore privilegiato, con l'Italia in primo piano: nel 2024, dopo la Germania, è stata il secondo partner commerciale del Paese, con un export di 12,3 miliardi di dollari canadesi, circa



otto miliardi di euro, e un interscambio di 15,5 miliardi, pari a quasi dieci. Italia e Canada sono orientati a collaborare per la complementarietà delle loro economie». Quali opportunità si aprono? «Ce ne sono in tutti i settori. In quelli tradizionali e in quelli ad alto contenuto tecnologico. La "roadmap" per una cooperazione rafforzata, firmata l'anno scorso dal presidente Meloni e dal premier Trudeau, dà risalto a energia, aerospazio, intelligenza artificiale e materie prime critiche».

Sullo sfondo delle probabili elezioni federali, con il duello tra il liberale Mark Carney, nuovo primo ministro, e il conservatore Pierre Poilievre, ecco quindi che le nostre imprese hanno buone carte da giocare. In Canada servono nuove *pipeline* per vendere l'energia in Europa e in Asia, e aziende quali Tenaris, Saipem, Bonatti, Eni, Snam e Fincantieri - operano qui da anni.

Enel Green Power e il Gruppo AB possono aiutare un Paese che punta alla neutralità carbonica entro il 2050, ma che inquina tanto per estrarre il petrolio. Leonardo può mettere a frutto la riduzione dell'import di tecnologie americane, fornendo elicotteri, droni e componenti per la difesa, mentre il Gruppo Sacmi, Danieli, Brembo e Comau sono un'alternativa ai fornitori americani nell'automotive e nel packaging. Traducendo anche in numeri, l'export automobilistico da 345 milioni di euro ha come gioielli Ferrari, Lamborghini e Maserati, mentre Gucci, Prada, Versace, Moncler e Armani tengono alta la bandiera del lusso in una realtà che al 95 per cento veste casual.

Nel 2023, Natuzzi, Tomasella e Calligaris, ma anche Alessi, Smeg e Flos, tra gli altri, hanno portato il design italiano nelle case dei canadesi per 150 milioni di euro, mentre nell'export farmaceutico - da 580 milioni nel 2024 - c'è spazio per Menarini, Chiesi, Bracco e Recordati. Dulcis in fundo, l'agroalimentare: l'Italia è il terzo esportatore dopo Usa e Messico. Per rafforzare il suo status di superpotenza agricola, il Canada può contare su produttori italiani di macchinari, da New Holland, di proprietà di Exor, a Maschio Gaspardo, Carraro e Celli, aziende meno note al grande pubblico.

Con il boicottaggio in atto, potrebbe crescere anche il fatturato di Barilla, Ferrero, Lavazza e dei consorzi del Parmigiano Reggiano o del Prosciutto di Parma. Il vino, da solo, vale 420 milioni di euro,

ma le «gabelle» sulle etichette californiane favoriscono potenzialmente marchi quali Antinori, Zonin e Frescobaldi.

Nonostante le distanze, anche frutta e ortaggi italiani hanno un posto di diritto sulle tavole canadesi. Ne è convinto Dom Rampone, che discende da una famiglia piemontese arrivata negli anni Trenta nella Okanagan Valley, zona vinicola della British Columbia. Esporta ciliegie a Taiwan grazie ad apparecchiature che replicano condizioni di temperatura, illuminazione e umidità del frutto sull'albero e, parallelamente, sviluppa business per la Camera italiana del Commercio del Canada occidentale. Ora lavora a un nuovo progetto: aiutare un coltivatore di radicchio trevigiano a esportare il suo prodotto in questa remota provincia affacciata sul Pacifico. Se ci riesce, le agenzie che promuovono le imprese italiane dovranno fare gli straordinari.