

Dazi, Coldiretti/Filiera Italia a segretaria Usa all'agricoltura: stop guerra commerciale e più scambi ma nel rispetto delle regole

"Il dialogo tra Unione Europea e Stati Uniti è oggi più che mai strategico per garantire sicurezza e prosperità a famiglie e imprese su entrambe le sponde dell'Atlantico. È fondamentale sviluppare una strategia congiunta che favorisca l'aumento dell'interscambio, tutelando allo stesso tempo la salute dei cittadini e il lavoro degli agricoltori. In questo contesto il tavolo tecnico Usa - Italia annunciato rappresenta un concreto strumento". È quanto affermano Coldiretti e Filiera Italia in occasione dell'incontro a Roma con la segretaria all'agricoltura statunitense Brooke Rollins e il ministro dell'Agricoltura Francesco Lollobrigida e. Tra i principali temi su cui Coldiretti e Filiera Italia chiedono sia posta attenzione la necessità di mettere fine alla guerra commerciale, puntando a ridurre le barriere commerciali ma nel rispetto dei rigidi standard di sicurezza alimentare europei, perchè è imprescindibile applicare la reciprocità e la tutela della salute dei cittadini.

"È fondamentale - dichiara il presidente di Coldiretti Ettore Prandini - tornare a costruire solide relazioni tra Unione Europea e Stati Uniti, per dare sicurezza alle famiglie e alle imprese. Le guerre commerciali non fanno che danneggiare i popoli, alimentando incertezza e instabilità. Per questo riteniamo strategico tornare a fare un lavoro congiunto anche in sede Onu per promuovere un nuovo modello alimentare globale che rimetta al centro la salute dei cittadini, sulla scia del progetto americano 'Make Our Children Healthy Again', sostenuto dal Governo Trump. Ma tutto ciò - conclude Prandini - deve avvenire nel rispetto della reciprocità, perchè non accetteremo mai compromessi al ribasso. Per Coldiretti e Filiera Italia è fondamentale continuare a investire, anche in modo congiunto con gli Stati Uniti, nel settore delle Tea, guardando al futuro della ricerca e delle nuove tecnologie. Solo così possiamo affrontare le sfide poste dai cambiamenti climatici e offrire risposte concrete alle esigenze dei nostri imprenditori".

Coldiretti e Filiera Italia sottolineano la necessità di rafforzare la cooperazione su comparti strategici come carni bovine, cereali e soia, partendo dalle esperienze già avviate con la National Farmers Union americana, con l'obiettivo comune di elevare gli standard qualitativi e ambientali. Coldiretti e Filiera Italia ribadiscono inoltre la volontà di favorire la protezione delle denominazioni tipiche dei formaggi statunitensi venduti in Europa, ma solo se dall'altra parte ci sia un impegno serio a contrastare ogni forma di Italian Sounding ingannevole che mette a rischio il record di export dei prodotti Made in Italy.

"Il modello alimentare italiano basato sulla distintività, salubrità, stagionalità e consumo di prodotti freschi - spiega il Segretario generale di Coldiretti Vincenzo Gesmundo - è una risposta concreta alle malattie non trasmissibili, dall'obesità al diabete, che colpiscono in misura crescente le giovani generazioni a causa di diete sbilanciate e ricche di cibi ultra formulati. Ci vuole una strategia comune per far sì che questo non accada e per questo dobbiamo sempre più agire nelle scuole per far capire ai più piccoli i rischi che corrono mangiando cibi dannosi per la loro

“Ci sono numerosi interessi comuni tra le filiere produttive italiane e americane - sottolinea Luigi Scordamaglia, amministratore delegato di Filiera Italia - La collaborazione su tecniche di agricoltura di precisione e sulla trasparenza dell'etichettatura dell'origine – oggi sempre più richiesta anche dai consumatori statunitensi – può rafforzare entrambi i sistemi produttivi, generando valore lungo tutta la filiera.

Bene favorire l'internazionalizzazione delle nostre imprese in Usa sull'ultimo miglio (slicing, porzionatura, confezionamento etc) - conclude - ma deve essere chiaro che siamo ovviamente contrari ad investimenti di prodotti Italian sounding o alla riduzione delle tutele delle nostre indicazioni geografiche in qualsiasi mercato di paese terzo”.