economiesuisse

Cinque falsi miti sul Mercosur

L'Unione svizzera dei contadini spiega in un nuovo articolo di non essere fondamentalmente contraria a un accordo di libero scambio con i paesi del Mercosur. L'Unione riconosce che anche i contadini hanno bisogno di un'economia forte orientata alle esportazioni. Ciò nonostante l'Unione svizzera dei contadini chiede di stabilire delle linee rosse. Non si tratta di rinunciare all'agricoltura in Svizzera: proprio per questo motivo le linee rosse devono essere efficaci. Esse non lo sono in questi cinque punti esaminati qui di seguito.

1. L'America del Sud è interessata alla qualità svizzera, ma gli ostacoli commerciali sono troppo grandi.

«Gli Stati del Mercosur mostrano meno interesse per i nostri prodotti. […] Le esportazioni di formaggio sono insignificanti.»

Circa 260 milioni di persone vivono nei paesi del Mercosur, ovvero in Argentina, Brasile, Paraguay e Uruguay. Il loro reddito totale ammonta a 2,4 miliardi di dollari all'anno, cifra che tende ad aumentare. Si stima che circa 60 milioni di abitanti facciano parte del ceto medio e che dispongano di un corrispondente potere d'acquisto. Queste cifre da sole mostrano il potenziale dei paesi del Mercosur per i prodotti svizzeri. Ciò nonostante, le esportazioni sono piuttosto deboli. Questo non ha però niente a che fare con un interesse minore da parte del Mercosur, come professato dall'Unione svizzera dei contadini, bensì con maggiori ostacoli commerciali. I sudamericani mangiano così poco formaggio svizzero perché non gli piace? No. I paesi del Mercosur applicano

dei dazi del 28% sui formaggi a pasta dura svizzeri, motivo per il quale i loro prezzi sono troppo alti per molte persone. Proprio per questa ragione è necessario un accordo di libero scambio che abolisca questi dazi e gli altri ostacoli commerciali. Un tale accordo rappresenterebbe una grande opportunità anche per l'agricoltura svizzera.

2. Esportiamo caffè e cioccolato nel Mercosur, perché possiamo commerciare questi prodotti liberamente.

«I principali prodotti esportati possiedono un potenziale di creazione del valore aggiunto per l'agricoltura indigena molto debole. Il caffè ne è un esempio.»

Mentre il mercato del formaggio a pasta dura nei paesi del Mercosur non ha ancora raggiunto il massimo del suo potenziale, il cioccolato e il caffè svizzeri hanno invece un successo maggiore. L'Unione svizzera dei contadini ribadisce che questi prodotti non sono importanti per l'agricoltura svizzera dato che quest'ultima non ne approfitta. In questa affermazione vengono però tralasciate due considerazioni importanti: in primo luogo, il cioccolato contiene zucchero e latte svizzeri. In secondo luogo, il cioccolato e il caffè sono dei prodotti concorrenziali proprio perché non sono soggetti a dazi. Il cacao e il caffè possono perciò essere importati a basso costo in Svizzera per essere trasformati. Per questo Nespresso ha tre stabilimenti a Orbe, Avenches e Romont, dove lavorano centinaia di persone che soddisfano anche la domanda dei paesi del Mercosur. Con il loro salario essi possono in particolare acquistare dei prodotti agricoli della regione.

3. Il consumatore svizzero preferisce le mele Gala turgoviesi e non le pere argentine.

«Grazie alla possibilità di stoccaggio della frutta, le mele svizzere sarebbero in concorrenza con la frutta argentina fuori stagione.»

Grazie alla nostra economia di successo e anche all'accesso aperto ai mercati mondiali, gli Svizzeri hanno un grande potere d'acquisto. L'Unione svizzera dei contadini ha ragione quando dice che per questo motivo la Svizzera è un mercato interessante per le aziende dei paesi del Mercosur. Questo significa anche che il Mercosur non ha nessun interesse ad esportare in Svizzera prodotti di massa a basso costo, dato che così non approfitterebbe dell'alto potere d'acquisto degli Svizzeri. I beni esportati dai paesi del Mercosur sono soprattutto prodotti di nicchia. Il consumatore svizzero sa esattamente ciò che vuole ed è pronto a pagarne il prezzo: è così che i prodotti regionali svizzeri si sono guadagnati il loro successo. L'Unione svizzera dei contadini mette in guardia da mele e pere provenienti dall'Argentina, sottovalutando così il prestigio di cui gode la frutta svizzera tra i consumatori locali. Anche il vino ne è un esempio: nonostante il settore vinicolo sia aperto al commercio, i viticoltori svizzeri continuano ad affermarsi.

4. La Svizzera deve essere coerente.

«Salvaguardare le esigenze degli standard di produzione.»

L'Accordo di libero scambio con i paesi del Mercosur deve tassativamente abolire i dazi doganali, ma anche gli ostacoli al commercio di altro tipo. Questa richiesta dell'Unione svizzera dei contadini è giusta e importante. Non sono infatti solo i dazi alti che creano problemi agli esportatori di formaggio svizzeri verso i paesi del Mercosur, bensì anche le prescrizioni relative ai prodotti differenti. L'Unione svizzera dei contadini deve essere pronta ad accettare che ciò si applichi anche ai prodotti sudamericani in Svizzera. La richiesta di standard di produzione più alti è perciò contraddittoria.

5. Dazi e contingenti sono controproducenti in un sistema efficiente e orientato al mercato. Essi frenano l'innovazione e riducono la competitività.

«Ciò vale soprattutto per prodotti sensibili, dove abbiamo un sistema efficiente e orientato al mercato con dei contingenti e dei dazi doganali.»

Ricordiamoci che i dazi doganali e i contingenti creano delle distorsioni del mercato, dato che ostacolano la concorrenza e creano degli incentivi inopportuni. È una delle ragioni per le quali i prezzi delle materie prime sono nettamente più elevati in Svizzera. Questi sono in media del 50% superiori rispetto alla media mondiale – il consumatore svizzero paga per i suoi alimenti 600 milioni di franchi in più all'anno, ovvero 162 franchi per nucleo famigliare. I dazi per la carne raggiungono addirittura il 150%. Una bistecca argentina costa 20 franchi invece di otto. Non è solo il consumatore ad essere svantaggiato: se noi applichiamo alti dazi sui prodotti agricoli alle nostre frontiere, le nostre imprese innovative nel settore agrario e nell'industria alimentare troverebbero altrettanti ostacoli all'estero. Tutto ciò diminuisce la motivazione che porta l'agricoltura svizzera a distinguersi per la sua alta qualità: qual è l'interesse per un produttore di proporre un prodotto di qualità se non può venderlo alle persone che desidererebbero comprarlo?