

Dopo i dazi, serve un nuovo equilibrio per il Made in Italy

Scenari globali

CI VOGLIONO
STRUMENTI
DURATURI
CHE POSSANO
ACCOMPAGNARE
LE IMPRESE
NELLA NUOVA FASE
Mario Pozza

L'accordo preliminare raggiunto tra Stati Uniti e Unione Europea sui dazi è stato accolto con cautela dal mondo produttivo italiano. Come sistema delle Camere italiane all'estero, al fianco delle nostre imprese, leggiamo questo passaggio come un compromesso, che lascia ancora aperte alcune incognite soprattutto per settori strategici come il farmaceutico e l'agroalimentare.

Non siamo di fronte a un ritorno alla normalità, bensì a un fragile equilibrio complicato dal deprezzamento del dollaro, che incide ulteriormente sulla competitività dei prodotti italiani sul mercato americano.

Un quadro certamente complesso e in continua evoluzione, che impone scelte lucide e di prospettiva. Il mercato statunitense è e resta fondamentale per il nostro export. Per molte imprese italiane rappresenta una piattaforma fondamentale di crescita e posizionamento competitivo. Presidiare il mercato Usa rimane un impegno strategico ma oggi, più che in passato, significa guardare con attenzione agli investimenti, saper costruire alleanze, cogliere le opportunità e saper rispondere alle nuove regole con spirito proattivo. I vantaggi nel restare su questo mercato sono, nel medio-lungo periodo, superiori alle difficoltà attuali.

Due sono i nodi centrali da affrontare nel nuovo scenario competitivo: il primo riguarda ciò che può essere fatto, fin da subito, per rafforzare le imprese. Tra le ipotesi emerse figura il sostegno diretto da parte del Governo, a partire dai ristori invocati da più parti. Misure di questo genere possono rappresentare un sollievo momentaneo ma restano soluzioni temporanee, incapaci di affrontare alla radice il cambiamento strutturale in atto. Anzi, un'eccessiva dipendenza da tali strumenti rischia di indebolire la competitività del sistema produttivo,

inducendo le imprese a "sedersi" sugli aiuti anziché investire con decisione ancora maggiore in innovazione, efficienza e strategie di riposizionamento sui mercati globali.

Molto più efficace sarebbe puntare sull'abolizione delle barriere burocratiche e sulla semplificazione normativa: interventi a costo zero, attuabili subito, che ridurrebbero tempi e ostacoli operativi, liberando energie e risorse per far crescere il tessuto produttivo.

Il secondo nodo cruciale riguarda un necessario cambio di prospettiva da parte delle imprese italiane. Non è più sostenibile affidarsi a un solo mercato o area di destinazione, e nemmeno confidare nella stabilità delle regole del commercio globale. È ormai davanti agli occhi di tutti che gli attuali accordi multilaterali stanno



dimostrando crescenti limiti nel garantire equilibrio e prevedibilità. Serve una nuova cultura dell'internazionalizzazione, soprattutto per le Pmi, che devono dotarsi di strumenti più dinamici, diversificare i mercati di riferimento e rafforzare le proprie reti di protezione attraverso una maggiore collaborazione con il sistema istituzionale. Investire all'estero resta una leva importante, ma va inserita in una strategia più ampia e strutturata. Accanto alla presenza negli Stati Uniti, dunque, è indispensabile sviluppare una visione di lungo termine orientata alla diversificazione geografica, consolidando rapporti con economie emergenti ad alto potenziale: la Cina e i Paesi ASEAN rappresentano un'alternativa rilevante per molti settori del Made in Italy; il Canada, grazie al CETA, è già un partner solido; e l'accordo con il Mercosur, se ratificato, potrebbe aprire spazi interessanti per l'industria e l'agroalimentare italiani. In questo contesto, si inserisce l'attività delle Camere di Commercio Italiane all'Estero – sempre più raccordata con le istituzioni nazionali, anche dopo il nuovo accordo con ICE Agenzia – che operano su tre fronti:

- ❶ Monitoraggio delle barriere tariffarie e regolamentari, fornendo aggiornamenti costanti alle imprese;
- ❷ Accompagnamento, soprattutto delle PMI, nel riorientare le strategie e cercare nuovi sbocchi;
- ❸ Consolidamento della presenza sul mercato USA con strumenti mirati, come accordi di distribuzione e azioni promozionali nei settori più penalizzati.

Queste non sono misure di emergenza, ma strumenti di accompagnamento duraturi, per costruire un modello di internazionalizzazione capace di reggere l'urto delle turbolenze globali.

Presidente Assocamerestero

© RIPRODUZIONE RISERVATA