

FOCUS
Data Stampa 6901 Data Stampa 6901
FIERE

Le nuove sfide globali per l'Italia dell'export

La crescita delle esportazioni nei primi otto mesi del 2025 conferma la solidità del made in Italy, ma la frammentazione dei mercati e la geopolitica chiedono un salto di qualità

Sibilla Di Palma

Le tensioni geopolitiche, le nuove barriere commerciali e la riallocazione delle catene del valore stanno ridisegnando la mappa del commercio mondiale, mettendo alla prova le imprese che operano sui mercati internazionali, in particolare le Pmi, che si trovano oggi a fronteggiare un contesto sempre più complesso.

La globalizzazione si è fatta più selettiva e regionale: si moltiplicano i blocchi di scambio, gli accordi bilaterali e le misure di protezione strategica, mentre gli investimenti internazionali si orientano verso aree ritenute più stabili dal punto di vista geopolitico o energetico.

Gli ultimi dati Istat confermano la resilienza dell'export italiano: nei primi otto mesi del 2025 le esportazioni sono cresciute del 2,6% su base annua, spinte soprattutto dagli articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici (più 34,8%), dai mezzi di trasporto (più 12,1%) e dai metalli di base, prodotti in metallo, alimentari, bevande e tabacco (più 4,8%).

Durante l'estate, molte imprese hanno dovuto fare i conti con un rallentamento e con una contrazione delle vendite verso i merca-

ti extra-Ue (meno 7,7% su base annua ad agosto), a fronte di una crescita del 5,4% nell'area europea. I dati più recenti segnalano però un rimbalzo: a settembre le esportazioni verso i Paesi extra-Ue sono aumentate del 5,9% su base mensile e del 9,9% su base annua, trainate da un forte incremento delle vendite verso gli Stati Uniti (più 34,4%). È un segnale di vitalità del sistema produttivo italiano, capace di reagire al nuovo scenario commerciale e di intercettare nuove opportunità sui mercati maturi.

In questo scenario, le piccole e medie aziende restano la spina dorsale dell'economia italiana, ma anche l'anello più vulnerabile nei processi di internazionalizzazione. Rappresentano oltre il 90% del tessuto produttivo nazionale; solo una quota limitata, però, riesce a operare stabilmente sui mercati esteri. Le criticità sono note: burocrazia complessa, carenza di competenze specialistiche, difficoltà di accesso ai canali di distribuzione e ai partner locali. A queste si aggiungono fattori esterni – dazi, instabilità geopolitica, riallocazione delle filiere – che penalizzano soprattutto le realtà di dimensioni minori.

Il risultato è un divario crescente tra i grandi gruppi, in grado di presidiare i mercati esteri con strategie strutturate, e la maggio-

ranza delle Pmi, che spesso adottano un approccio solo episodico. Molte imprese continuano a esportare “per occasione”, rispondendo alla domanda estera solo quando si presenta, senza una pianificazione sistemica di lungo periodo. Eppure, proprio la capacità di trasformare la vocazione artigianale e territoriale in un vantaggio competitivo sui mercati internazionali è uno dei punti di forza del made in Italy.

Secondo un'indagine dell'I-Aer (Institute of Applied Economic Research) condotta su un campione di 549 imprese italiane dei settori manifatturiero, commerciale e dei servizi, il 60% delle Pmi esportatrici sta valutando di riorientare le proprie vendite verso mercati intra-Ue, alla ricerca di maggiore stabilità e minore rischio operativo. È una tendenza che riflette un più ampio processo di “friend-shoring” – la concentrazione delle esportazioni verso Paesi politicamente o logisticamente



più affidabili – e che segna una parziale inversione di rotta rispetto alla fase di espansione globale pre-pandemica.

Al tempo stesso, le aziende più dinamiche stanno rispondendo alla nuova geografia del commercio con strategie di adattamento: diversificazione dei mercati, maggiore digitalizzazione dei canali di vendita, utilizzo di piattaforme e marketplace internazionali, investimento nella logistica e nella sostenibilità delle filiere.

In questo contesto, la politica economica nazionale è chiamata a un ruolo più attivo, che non si limiti alle misure di sostegno tradizionali ma sviluppi una visione di

lungo periodo. Si inserisce in questa prospettiva il Piano d'Azione per l'export italiano, varato dal Maeci (ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale), che pone un accento specifico sulla diversificazione geografica dei mercati di sbocco, con un orientamento verso aree extra-Ue ad alto potenziale di crescita – tra cui India, Messico, Brasile, Turchia, Emirati Arabi Uniti, Arabia Saudita, Paesi Asean (Association of Southeast Asian Nations), Africa e Balcani occidentali – e il rafforzamento della presenza italiana in mercati consolidati come Germania, Canada, Giappone, Regno Unito e Svizzera.

Accanto agli interventi istituzionali, un ruolo cruciale spetta alle piattaforme di incontro e di business, come le fiere, che restano punti di connessione tra produzione e mercati, luoghi dove si costruiscono relazioni, si testano prodotti e si generano nuove opportunità di export.

Nel nuovo contesto globale, le manifestazioni internazionali rappresentano non solo una vetrina, ma un'infrastruttura strategica per le politiche industriali e commerciali: favoriscono il matching tra domanda e offerta, accelerano i processi di internazionalizzazione e consolidano la reputazione del sistema produttivo italiano.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



FOCUS

L'EUROPA PUNTA SULLA FORZA DEGLI ACCORDI COMMERCIALI

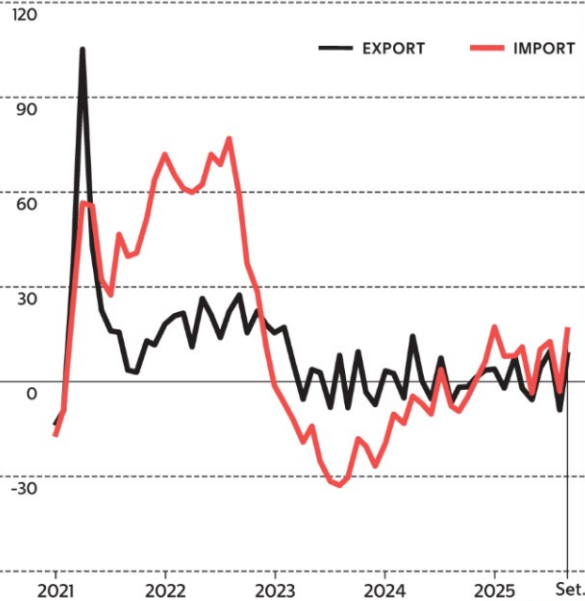
Con 44 accordi siglati con 77 Paesi, l'Unione europea può contare sul sistema di partnership più esteso al mondo, capace di coprire il 45,8% dell'interscambio totale. Secondo la quinta relazione annuale della Commissione europea sulla politica commerciale, nel 2024 le esportazioni di beni verso i Paesi partner sono cresciute dell'1,2%, mentre quelle verso i mercati non coperti da accordi sono calate del 2,2%. Un segnale, sottolinea Bruxelles, dell'efficacia di questi strumenti nel rafforzare la presenza delle imprese europee sui mercati globali.



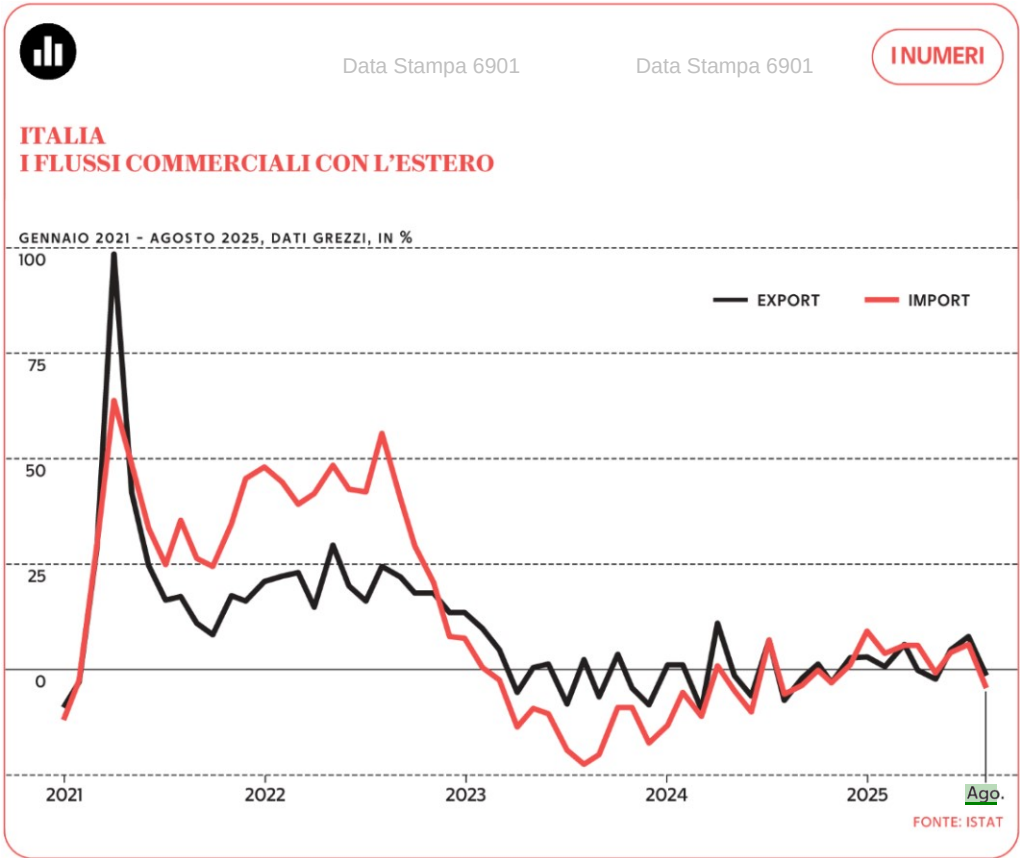
I NUMERI

ITALIA GLI SCAMBI EXTRA EUROPEI

GENNAIO 2021 - SETTEMBRE 2025, DATI GREZZI, IN %



Fonte: ISTAT



34%

Export articoli farmaceutici, chimico-medicali, botanici più 34,8%

12%

Il commercio di mezzi di trasporto con l'estero è salito del 12%

LE NOVITÀ

I mercati da guardare sono India, Messico, Brasile, Turchia, Emirati Arabi Uniti, Arabia Saudita, Paesi Asean, Africa e Balcani

2,6%

Nei primi 8 mesi del 2025 le esportazioni sono cresciute del 2,6%

89%

L'89% delle imprese che va nelle manifestazioni esporta stabilmente



SIPA ASIA/ZUMA PRESS WIRE

① Durante l'estate, molte imprese hanno fatto i conti con un rallentamento extra-Ue