

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901



L'editoriale

CAMPIONI DI EXPORT PER MERITI D'IMPRESA

di **Oswaldo De Paolini**

Ci sono notizie che raccontano molto più di quello che sembrano dire. L'Italia che supera il Giappone nell'export mondiale è una di queste. Non è soltanto una statistica. È la smentita più clamorosa di un racconto declinista che da anni accompagna il dibattito italiano. Per molto tempo ci siamo sentiti ripetere che eravamo condannati dalla piccola dimensione delle nostre imprese, dalla scarsità di materie prime e dalla concorrenza dei giganti asiatici. Eppure, oggi i numeri raccontano

altro. Nel 2025 l'export italiano ha superato quello giapponese e il nostro Paese si è collocato stabilmente alle spalle dei tre colossi storici del commercio mondiale: Cina, Stati Uniti e Germania. Ancora più significativo è il fatto che negli ultimi dodici mesi l'Italia abbia registrato un surplus commerciale di 63,4 miliardi di dollari, con un balzo di oltre 16 miliardi rispetto all'anno precedente. Tutto questo mentre gli esperti di sventura preannunciavano catastrofi per effetto dei dazi di Donald Trump

e delle tensioni in Medio Oriente. La verità è che il Made in Italy ha compiuto una trasformazione che molti non hanno ancora compreso. Nato negli anni Settanta come marchio per distinguere la moda, il design e l'eleganza italiana, oggi è diventato qualcosa di molto più articolato e potente. Accanto al vino, all'arredamento e all'agroalimentare troviamo la farmaceutica, la meccanica avanzata, il biomedicale, la chimica specializzata e i beni strumentali ad alta tecnologia. La farmaceutica è diventata uno



L'editoriale

CAMPIONI NELL'EXPORT COL TURBO MADE IN ITALY

dei motori della crescita, mentre la meccanica continua a rappresentare una delle eccellenze mondiali del nostro sistema produttivo. Il Made in Italy non è più soltanto sinonimo di bellezza. È diventato sinonimo di competenza, innovazione e affidabilità industriale. Qui cade anche un altro luogo comune duro a morire. Da decenni ascoltiamo il tormentone secondo cui l'Italia sarebbe penalizzata da imprese troppo piccole per competere sui mercati globali. La realtà è assai diversa. Come osserva l'economista Marco Fortis, il Paese dispone di un solido esercito di circa diecimila imprese medie e medio-grandi capaci di esportare in ogni continente e di occupare posizioni di leadership in una miriade di nicchie ad alto valore aggiunto. È il capitalismo dei territori, delle filiere e delle specializzazioni. Un modello che non possiede la massa critica dei grandi conglomerati americani o asiatici, ma che spesso li batte sul terreno della qualità, della flessibilità e della capacità di adattamento. Naturalmente questi risultati non nascono nel vuoto. Sarebbe sbagliato attribuire un grande ruolo alla politica, ma sarebbe altrettanto fizioso ignorare il contesto. Negli ultimi quattro anni il governo Meloni ha garantito stabilità, rafforzato la credibilità internazionale del Paese e sostenuto come mai

prima l'internazionalizzazione delle imprese. Non è un caso che, mentre molti invitavano a ridurre la dipendenza dal mercato americano, gli imprenditori italiani abbiano fatto la scelta opposta. Oggi gli Stati Uniti rappresentano il principale mercato extraeuropeo dell'Italia, con circa 70 miliardi di euro di esportazioni e un surplus superiore a 34 miliardi. Mentre altre economie europee hanno rallentato, l'Italia ha continuato a crescere. In altre parole, la politica conta, ma non comanda. Può preparare il terreno oppure renderlo più accidentato. Tuttavia, il raccolto dipende dalla capacità delle imprese di competere. Resta una domanda inevitabile: le tensioni politiche emerse negli ultimi giorni tra Washington e Roma possono compromettere questo slancio? Qui



conviene distinguere tra la politica che fa rumore e l'economia che produce risultati. Negli ultimi mesi si è assistito a una rappresentazione quasi drammatica dei rapporti tra le due capitali, come se un raffreddamento diplomatico fosse destinato automaticamente a travolgere gli scambi commerciali. Ma la storia dice altro. L'Italia esporta negli Stati Uniti non perché gode della protezione di qualche amministrazione amica, bensì perché vende prodotti che il mercato americano domanda e spesso non trova altrove con la stessa qualità. I 70 miliardi di export verso gli Usa e il surplus record accumulato negli ultimi anni non sono una concessione della politica: sono il frutto di rapporti industriali, distributivi e finanziari costruiti in decenni. Per questo chi immagina che una tensione politica possa cancellare in pochi giorni una delle relazioni economiche più solide dell'Occidente probabilmente sopravvaluta il peso dei governi o sottovaluta quello delle imprese. Naturalmente, in un mondo dove la geopolitica entra nei bilanci aziendali, nessun rischio può essere escluso. Ma sarebbe un errore confondere il rumore della politica con la forza dell'economia reale. Gli americani acquistano prodotti italiani perché li considerano eccellenti, non perché lo decide un presidente. I governi passano, gli interessi economici restano. Ed è proprio qui il segreto del Made in Italy. Non tanto nella perfezione, quanto nella capacità di reagire. Prima ancora che un modello economico, è un fatto culturale: l'incontro tra bellezza, ingegno e innovazione. La capacità di cambiare senza perdere identità. Il sorpasso sul Giappone non è soltanto un primato statistico. È la prova che esiste ancora una via italiana alla competitività globale e che, contro ogni previsione dei professionisti del declino, continua a portare lontano.