

Ufficio Stampa della Provincia autonoma di Trento

Piazza Dante 15, 38122 Trento

Tel. 0461 494614 - Fax 0461 494615

uff.stampa@provincia.tn.it

COMUNICATO n. 1320 del 23/05/2025

Un settore che si conferma leva strategica fondamentale per la crescita aldilà delle griffe

Made in Italy, il valore che resiste e sfida l'instabilità globale

Il Made in Italy resta uno degli asset strategici per il futuro dell'economia nazionale. Uscita dalla crisi del 2008 e poi dalla pandemia grazie alla forza dell'export, l'Italia oggi si confronta con una nuova instabilità geopolitica, segnata anche dal ritorno di Donald Trump alla presidenza degli Stati Uniti. In questo scenario incerto, le eccellenze italiane continuano a innovare, investire e crescere, come è emerso dal confronto tra protagonisti del mondo economico e istituzionale nello specifico panel del Festival dell'Economia.

«Nextalia è nata quattro anni fa. Siamo privati, ma con un'anima istituzionale – ha spiegato Francesco Canzonieri, AD di Nextalia Sgr –. Investiamo sulle eccellenze italiane, affiancando gli imprenditori con capitali e competenze manageriali. L'economia cresce e noi vediamo imprenditori che definirei geniali».

Un modello di crescita fondato su competenza e tecnologia è quello di Rekeep: «Abbiamo sviluppato un mercato rilevante nel facility management – ha detto il presidente Claudio Levorato –. Lavoriamo con logica d'impresa, puntando sulla manutenzione predittiva degli edifici, che oggi sono responsabili del 40% delle emissioni nocive. Le nostre eccellenze sono pronte a competere in Europa».

Dal fronte diplomatico arriva una nuova visione dell'azione estera italiana. «Con il Piano Export abbiamo avviato una missione di sistema – ha spiegato Fabrizio Lobasso, vice direttore generale degli Affari esteri e della Cooperazione internazionale –. La diplomazia non è più sussurrata, è ibrida: tanti attori si muovono insieme. Serve un meticciamiento di competenze e la capacità di fare storytelling: oggi esportiamo cultura e valori italiani».

In questo contesto, diventa essenziale certificare l'identità stessa del Made in Italy. «Con ItalyX vogliamo certificare non il prodotto, ma l'azienda – ha sottolineato Eraldo Minella, Direttore Generale Servizi Professionali e Formazione del Gruppo 24 ORE –. Il nostro brand è un asset, come dimostra questo Festival. Ma lo scenario globale è instabile come mai prima: serve adattarsi e inventare nuovi strumenti difensivi. Con ItalyX veniamo incontro a questa esigenza».

Un ruolo decisivo è giocato anche dal mondo della consulenza. «Le società di management sono una vera industria – ha evidenziato Luigi Riva, presidente di Assoconsult –. Con oltre 30mila realtà attive, cresciamo a doppia cifra ogni anno. L'imprenditore solitario non basta più: le aziende chiedono competenze complesse, soprattutto in digitalizzazione e AI. E costruiscono rapporti di lungo periodo».

(gt)