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. 1521 del 23/05/2026

La sfida dell’export italiano in un mondo sempre più instabile: importante fare sistema

Potremmo definirlo un fermo immagine delle esportazioni del made in Italy quello catturato oggi al Festival dell’Economia di Trento dal panel “La sfida dell’export italiano in un mondo sempre più instabile”. Al tavolo dei relatori della Sala di Rappresentanza di Palazzo Geremia, moderato da Nicoletta Picchio, giornalista de Il Sole 24 Ore, si sono confrontati: Fulvio Giorgi, amministratore delegato di Imq (Istituto italiano del marchio di qualità), Ruggero Lensi, direttore generale Uni, Federico Silvestri, amministratore delegato del Gruppo Il Sole 24 Ore, Maurizio Tarquini, direttore generale di Confindustria, Mario Vattani, ambasciatore a Tokyo, Matteo Zoppas, presidente di Agenzia ICE. Sensibilità diverse dalle quali è emersa una visione comune: per affrontare i mercati è necessaria una convinta collaborazione tra imprese, governo e organizzazioni che compongono il sistema paese.

L’export rimane il motore dell’economia italiana, seppur in un contesto globale oggi caratterizzato da instabilità geopolitica, standard minimi di accesso ai mercati, frammentazione regolatoria, incertezza dei dazi, Cina sempre più competitiva anche sui livelli di qualità. I settori in cui l'Italia eccelle, oltre alla moda, sono l’agroalimentare, l'arredamento, la gioielleria, la nautica e stanno crescendo le attività tecnologiche, come l’automotive, l’aerospazio, la farmaceutica e la manifattura avanzata.
“La situazione – ha osservato Matteo Zoppas – è molto complessa ed è saltata la linearità delle previsioni di crescita a cui eravamo abituati fino a prima della pandemia. Questo però non significa che sia irraggiungibile l'obiettivo del governo italiano, fissato a 700 miliardi di euro di beni esportati entro la fine del 2027. Se devo individuare un nemico - ha proseguito - non lo vedo nei dazi né nel cambio euro-dollaro bensì nei competitor che continuano a migliorare e dai quali non ci dobbiamo fare raggiungere. La Cina per esempio sta lavorando molto sul design dei propri prodotti e questo per l’Italia è una vera e propria minaccia”.

Collegato da Tokyo, l’ambasciatore Mario Vattani ha ricordato il valore dell’interscambio Italia-Giappone che si aggira attorno ai 12 miliardi di euro che “non è enorme ma dà l’idea del potenziale che racchiude, oltretutto nei confronti di una delle economie più solide e affidabili al mondo, punto di riferimento per tutta l’Asia”. Idea rafforzata anche dal grande interesse riscontrato per i prodotti italiani durante l’ultimo Expo che si è svolto ad Osaka nel 2025. Per Vattani l’azione che servirà sempre più in futuro sarà l’unione degli sforzi delle imprese e del governo per creare le condizioni ideali per l’esportazione.

Della stessa visione anche Federico Silvestri che ha parlato dell’urgenza di muoversi a livello di “sistema Italia" considerate anche le prospettive di crescita interessanti. Silvestri ha poi presentato due progetti di comunicazione che stanno crescendo all'interno del Gruppo Il Sole 24 Ore. Il primo, ancora in nuce, è l’“Osservatorio Giappone”, nato proprio dall’esperienza del Sole come media partner del Padiglione Italia all’Expo. Sarà con contenitore di informazioni relative al mercato giapponese e all’attrattività dell’Italia che inizierà ad essere una presenza fissa sul quotidiano e poi raggiungerà anche radio, web e tutti gli altri canali del Gruppo.

L’altro progetto, che vede Il Sole 24 Ore collaborare con Confindustria, è Expand, una dashboard di analisi approfondita dei dati dell’export italiano, particolarmente user friendly. “Le metriche dell’export sono

profondamente cambiate – ha precisato Silvestri - e Expand vuole essere una delle bussole che possono orientare gli imprenditori nel prendere decisioni, perchè una delle priorità più urgenti è sostenere le imprese per mantenerle competitive nei mercati esteri .

“L’Italia ha una forza straordinaria nell’export: lo dimostrano i dati e la capacità delle nostre imprese di essere resilienti e di competere in ogni contesto internazionale - ha aggiunto Maurizio Tarquini -. Il nostro punto di forza è la diversificazione dei prodotti e l’apertura ai mercati è fondamentale: dal Giappone, India, Mercosur, Messico e Canada dipende una parte importante della nostra crescita futura. Ma la vera criticità resta la dimensione delle imprese. Per esportare stabilmente servono struttura, continuità produttiva e capacità finanziaria. Per questo dobbiamo favorire aggregazioni, acquisizioni e crescita dimensionale attraverso finanza e incentivi fiscali. L’Italia è un grande paese industriale, capace di produrre eccellenze, il ‘bello e ben fatto’, dalla manifattura alla meccanica avanzata. Abbiamo un potenziale enorme ancora inespresso.”

Ruggero Lensi e Fulvio Giorgi hanno infine affrontato il tema delle certificazioni di qualità, sempre più richieste dai mercati di destinazione. “L’Italia deve valorizzare le eccellenze e le imprese devono investire ancora di più in ricerca e qualità perché le certificazioni sono un passaporto per l’export e permettono di affrontare l’instabilità” ha sostenuto Lensi. “Il fatto di costruire regole condivise – ha aggiunto Giorgi - favorisce il libero scambio e il libero mercato. Oggi serve un aiuto per permettere agli imprenditori di conoscere il quadro regolatorio dei paesi a cui si rivolgono”.

(cg)