Il Sole 24 ORE LOMBARDIA
Settimanale - Dir. Resp.: Fabio Tamburini
Tiratura: N.D. Diffusione: N.D. Lettori: 137000 (Data Stampa 0000118)

DATA STAMPA
45°Anniversario

Data Stampa 118-Data Stampa 118
Data Stampa 118-Data Stampa 118

Americhe, Asia e Medio Oriente: le nuove rotte dell'export lombardo

Il progetto. Le imprese del territorio hanno esportato nel 2025 167 miliardi di euro. Da Regione con Unioncamere e Promos un bando per diversificare

Selezionate 90 aziende che saranno supportate in cinque mercati target: Usa, Brasile, Singapore, India e Arabia Saudita

Giovanna Mancini

«I just can't get enough», «non ne ho mai abbastanza», cantavano i Depeche Mode all'inizio degli anni '80 e il titolo di questa canzone ben si adatta alla vocazione internazionale delle imprese lombarde. Prime in Italia per valore di beni esportati (167,1 miliardi di euro nel 2025, pari al 26% dell'export nazionale complessivo), le aziende del territorio non si accontentano dei risultati raggiunti, con una crescita progressiva negli ultimi anni e un ulteriore incremento dell'1,8% anche nel 2025. Le incertezze del contesto geopolitico e commerciale globale, unite alla rapidità a arbitrarietà dei cambiamenti di scenario, impongono infatti di diversificare i mercati ed esplorare continuamente nuove opportunità. Nel primo trimestre dell'anno, causa probabilmente anche l'impatto della guerra in Iran, l'export è rimasto stabile (dati Promos). Le elaborazioni Unioncamere su dati Istat confermano Germania, Francia, Usa e Spagna come i principali Paesi di destinazione di prodotti lombardi, aumenta l'importanza di mercati oggi meno rilevanti per peso specifico, ma decisivi – in una logica di diversificazione – per le prospettive di crescita e la coerenza con i punti di forza del sistema produttivo regionale.

Proprio per cogliere le opportunità offerte da questi Paesi, Regione Lombardia, in collaborazione con Unioncamere Lombardia e Promos Italia, ha elaborato il Piano per l'export e l'internazionalizzazione delle imprese lombarde che, tra le linee di azione, comprende anche il bando «Export su misura» (per il quale la Regione ha stanziato oltre 1 milione di euro), dedicato alle micro, piccole e medie aziende regionali, con un focus specifico su cinque Paesi chiave: Brasile, Stati Uniti, Singapore, India e Arabia Saudita.

«La Lombardia gode di dati da primato nazionale sull'export e di un posizionamento molto importante a livello internazionale – afferma l'assessore regionale allo Sviluppo economico, Guido Guidesi –. Ma pensiamo di avere ancora un grande potenziale da esprimere e lo facciamo cercando di aiutare e accompagnare le nostre imprese sui mercati esteri, per aumentare i dati sulle esportazioni aumentando al tempo stesso il numero delle imprese lombarde esportatrici».

La particolarità del progetto risiede nella volontà di fornire alle 90 imprese selezionate (su 318 candidature complessive) strumenti e servizi personalizzati, che comprendono un percorso di formazione specialistica sui mercati target, l'elaborazione di piani di internazionalizzazione «ad hoc» e un accompagnamento operativo che comprende ricerca dei partner, incontri istituzionali, *matchmaking* e incontri B2B mirati, missioni in loco e *follow up*, proprio per supportare al meglio le piccole e medie realtà coinvolte.

La prima missione, con 18 aziende di settori e territori diversi, si è tenuta a fine maggio nella regione di San Paolo, in Brasile, Paese che attualmente è al 25° posto nella classifica dell'export lombardo, con 1,6 miliardi di euro complessivi esportati nel 2025. «Si tratta della prima economia del Sud America e di un mercato in grande fermento, soprattutto dopo il recente accordo tra Mercosur e Unione europea», osserva Andrea Bonalumi, direttore Internazionalizzazione di Promos Italia. Il Brasile (e in particolare l'area di San Paolo che, da sola, genera circa un terzo del Pil nazionale) sta vivendo una fase di profondo ammodernamento tecnologico e industriale, che necessita delle competenze in cui la Lombardia è leader, come meccanica, energia, trasporti, infrastrutture. Ma è anche un Paese che, per vicinanza culturale, apprezza i prodotti tipici del saper fare italiano e lombardo, dalla moda al design, al cibo, aggiunge Bonalumi.

«Lavoriamo nella fascia alta del mercato ed esportiamo già gran parte della nostra produzione, tutta su misura», racconta Paolo Capoferri, quinta generazione alla guida dell'azienda familiare di Bergamo, specializzata nella produzione di sistemi per architettura, serramenti e facciate nell'alto di gamma, con un fatturato di circa 30 milioni di euro. «Il Sud America è uno dei pochi luoghi in cui ancora non siamo presenti, perciò abbiamo deciso di partecipare a questa missione, con l'obiettivo di conoscere il mercato brasiliano, capirne le opportunità o cercare possibili partner – spiega –. Forse è un mercato ancora un po' prematuro per il nostro prodotto, ma studieremo il modo e i tempi per entrare».

Anche per Onyax – azienda di Vigevano fondata nel 2017 da Gian Paolo Quarta, ma con un'esperienza trentennale in ambito Oil&Gas e sensoristica – il Brasile è un'ottima opportunità per espandersi oltre i confini europei: «Al momento lavoriamo soprattutto in Italia, Francia e Tunisia, ma abbiamo già un agente in Brasile, una delle economie più dinamiche del mondo», spiega Quarta. Sebbene conoscesse già questo mercato, grazie al

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - DS118 - S.11221 - L.1992 - T.1748

Il Sole 24 ORE LOMBARDIA
Settimanale - Dir. Resp.: Fabio Tamburini
Tiratura: N.D. Diffusione: N.D. Lettori: 137000 (Data Stampa 0000118)

DATA STAMPA
45° Anniversario

progetto di Export su Misura Onyax ha ottenuto nuovi contatti, soprattutto istituzionali a cui, per una piccola impresa, è più difficile accedere in autonomia. «In particolare, abbiamo visitato il parco tecnologico di São José dos Campos, dove potrebbero trovare applicazione alcuni sensori IoT, legati all'intelligenza artificiale, da noi brevettati», aggiunge Quarta. Non sarà un percorso semplice – perché il mercato brasiliano richiede molte certificazioni, soprattutto in questo settore – ma «nel giro di un anno, un anno e mezzo, credo che avremo i primi risultati», dice l'imprenditore.

Durante i tre giorni della missione, le pmi hanno incontrato non solo possibili partner locali, ma anche le istituzioni italiane e brasiliane che possono supportare il loro processo di sviluppo nel Paese, dalla Camera di commercio italiana in Brasile (Italcam) al consolato, dai rappresentati di Sace a vertici di Investa, l'agenzia per lo sviluppo business della città di San Paolo.

Un'attività analoga verrà fatta anche per le prossime tappe del progetto: a giorni partirà la missione negli Stati Uniti, con focus su Illinois e Florida, Paese che è già in testa alle classifiche export (con 14,5 miliardi di euro nel 2025), ma che richiede per la sua complessità un supporto nelle strategie di internazionalizzazione. In settembre sarà la volta di Singapore (al 34° posto, con un miliardo di euro di export), a ottobre dell'India (19° posto, quasi 2,1 miliardi) e infine dell'Arabia Saudita (16° posto, 2,4 miliardi), al momento in stand by a causa della guerra nel Golfo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

40,9

VENDITE ESTERE IN MILIARDI

Con 40,9 miliardi di euro di valore, l'export della Lombardia è stabile nel primo trimestre 2026 rispetto allo stesso periodo del 2025, secondo i dati forniti da Promos. Tra i Paesi verso cui aumentano le esportazioni, gli Stati Uniti, che salgono da da 18,6 a 18,8 miliardi, la Cina (da 3,4 a 3,8 miliardi) e la Polonia (da 5,1 a 5,4 miliardi).

REUTERS

Missione Brasile. La sola regione di San Paolo (*nella foto*) genera circa un terzo del Pil nazionale

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - DS118 - S.11221 - L.1992 - T.1748