

Export nella tempesta «Ma è anche il momento di nuove opportunità»

VI

LA PROVINCIA
LUNEDÌ 19 OTTOBRE 2026

Imprese

Le difficoltà delle Pmi

Il dettaglio

*Il dato lecchese in crescita
+13% rispetto al 2025*

Nel secondo trimestre di quest'anno le esportazioni lecchesi con un totale di 1,8 miliardi segnano una crescita del 13% rispetto allo stesso trimestre del 2025, ma nel dato semestrale, nel confronto annuo, rallentano le vendite all'estero per la produzione principale del terri-

torio legata ai prodotti in acciaio, con la sola eccezione delle trafilierie che invece hanno un export in crescita. Sull'export siderurgico una nuova elaborazione di dati Istat sul commercio estero realizzata dall'ufficio studi di Siderweb mostra che da

gennaio a giugno 2026 le vendite estere del settore perdono il 3% per un totale di 13 milioni di euro. Nel periodo le imprese lecchesi hanno venduto tubi, prodotti siderurgici e altri prodotti dell'acciaio per un totale di 430,2 milioni,

contro i 443,3 milioni dei primi sei mesi del 2025, un anno che complessivamente rispetto all'intero 2024 aveva segnato un -12%. Lecco non esce dalla top ten delle esportazioni nazionali di settore ma nel primo semestre di quest'anno scivola dal nono al decimo posto.

Export nella tempesta «Ma è anche il momento di nuove opportunità»

L'intervista. L'analisi del presidente Promos Italia, Giovanni Da Pozzo. Il sistema Italia regge a crisi e conflitti, nel 2025 è tornato a crescere

MARIA G. DELLA VECCHIA

Il nuovo White Paper di Promos Italia conferma la capacità di resilienza delle esportazioni italiane, con un dato al 2025 che segna una crescita del 3,3% su base annua. Il 2026 sta per finire, le crisi si sono inasprite e non si vedono chiarite sul tema energetico. A spiegare se e quanto sia a rischio la capacità delle aziende di resistere a nuovi eventi avversi è il presidente di Promos Italia, Giovanni Da Pozzo, secondo cui nonostante le difficoltà geopolitiche «la strada non è quella di rinunciare ai mercati lontani, ma di affiancarli con nuove opportunità».



Il presidente di Promos Italia, Giovanni Da Pozzo

Resistere e restare competitivi: quanto è difficile nell'incertezza delle crisi internazionali mantenere equilibrio per le pmi esportatrici?

Il primo dato da valorizzare è la capacità delle nostre imprese di continuare a crescere anche in uno scenario complesso. Nel 2025 l'export italiano ha raggiunto 643,2 miliardi di euro, con un aumento del 3,3%, e nei primi sette mesi del 2026 ha registrato un ulteriore +4,6%. Sono risultati incoraggianti. Naturalmente restano criticità, soprattutto per l'energia e la logistica. Il White Paper ricorda anche che negli ultimi anni i valori esportati hanno tenuto me-

glio dei volumi: occorre quindi prestare attenzione ai margini e alla redditività. Ma la risposta delle imprese dimostra che il nostro sistema produttivo ha solide capacità di adattamento, specializzazione e innovazione. La priorità è valorizzarle, con investimenti e strumenti che rendano la crescita meno esposta alle oscillazioni dello scenario internazionale. La resilienza che abbiamo dimostrato può diventare una competitività ancora più forte.

I primi sette mesi del 2026 si confermano tuttavia in crescita per le

esportazioni nazionali. In particolare, negli ultimi dati trimestrali confrontati su base annua, per quanto riguarda un territorio di produzione meccatronica come il Lecchese la crescita è a doppia cifra. Ma le difficoltà operative crescono e, a causa della crisi nel Golfo, le imprese devono vedersela con le oscillazioni dei costi di trasporto via mare e con i problemi che derivano dai ritardi di consegna. Si profila una nuova geografia dei mercati internazionali?

Le performance di un territorio manifatturiero come il Lecchese sono un segnale incoraggiante: confermano che competen-

ze industriali e produzioni specializzate italiane continuano a incontrare domanda all'estero. È possibile che si stia delineando una geografia commerciale più articolata, nella quale contano sempre di più l'affidabilità dei partner, la continuità delle forniture e la vicinanza alle filiere produttive. Le difficoltà sulle rotte marittime incidono sui tempi e sui costi: il White Paper ricorda che, secondo Banca d'Italia, nel 2022 dal Mar Rosso transitava circa il 7% delle esportazioni italiane in valore. Ma la riorganizzazione degli scambi può aprire nuovi spazi alla meccatronica e alle tecnologie italiane, per la domanda di fornitori qualificati. La strada non è rinunciare ai mercati lontani, ma affiancare ai rapporti consolidati nuove opportunità, scegliendo destinazioni e partner con attenzione.

Dalla resilienza alla competitività: come ci si arriva soprattutto se in gioco c'è la difficoltà di essere Pmi italiane in un sistema di relazioni economiche penalizzanti i costi del lavoro e dell'energia?

Le Pmi italiane dispongono di un patrimonio distintivo: capacità di personalizzazione, qualità, competenze tecniche e rapidità di risposta ai clienti. È su questo terreno che possono competere, più che sulla sola leva del prezzo. Certamente i costi dell'energia e le condizioni

L'export italiano

643,2

MILIARDI DI EURO

I valore dell'export italiano nel 2025



LA CRESCITA DELLE ESPORTAZIONI ITALIANE

+4,6%
nei primi sette mesi dell'anno

+3,3%

2025 2026

FONTE: Elaborazioni Promos Italia su dati statistici e istituzionali



Incoraggianti le performance del manifatturiero del Lecchese



L'Europa torna a rappresentare una base solida per molte Pmi

di sistema richiedono risposte adeguate, ma nel frattempo possiamo agire su ciò che è nelle nostre possibilità: innovazione, produttività, conoscenza dei mercati e relazioni commerciali più strutturate. Per un'impresa di piccole dimensioni, inoltre, l'internazionalizzazione è più efficace quando può contare su una rete di supporto. Promos Italia e il sistema camerale lavorano proprio per avvicinare le opportunità alle Pmi, attraverso analisi dei mercati, orientamento, accompagnamento e incontri con potenziali partner esteri. L'obiettivo è rendere accessibili alle realtà meno strutturate strumenti

Crisi energetica e conflitti Paga la competitività

I dettagli

La competitività internazionale delle pmi esportatrici è messa a dura prova tra crisi energetica, crisi geopolitiche, barriere tariffarie e difficoltà di tenuta delle filiere produttive. Ma le esportazioni nazionali tengono con un totale raggiunto nel 2025 pari a 643,2 miliardi di euro e un aumento del 3,3% su base annua. «L'Italia si conferma così tra le principali econo-

mie esportatrici mondiali, grazie alla capacità delle proprie imprese di adattarsi a condizioni competitive profondamente mutate», come sottolinea il nuovo White Paper realizzato da Promos Italia, l'agenzia nazionale del sistema camerale per l'internazionalizzazione col titolo «Energia e competitività internazionale. Come la crisi energetica ha cambiato l'export italiano e le economie regionali». Lo studio ricostruisce l'evol-

uzione dell'export italiano tra il 2021 e il 2026 attraverso dati e analisi di Istat, Banca d'Italia, Eurostat, Commissione europea e Agenzia Ice. In sintesi, nel 2022, nel pieno dello shock energetico, l'export di beni ha superato i 626 miliardi di euro, con una crescita di oltre il 20% a valori correnti. La dinamica è stata sostenuta anche dall'aumento dei prezzi, mentre negli anni successivi i volumi hanno registrato una contrazione: -5,1% nel 2023 e -2,4% nel 2024. Nel 2025 le esportazioni italiane sono dunque tornate a crescere. Ma con performance differenziate a livello territoriale: +13,2% per il Centro, +2,3% per il Nord-Ovest, +2,0% per il Nord-Est e +3,2% per il Sud, mentre le Isole hanno registrato una contrazione dell'11%. La Lombardia si conferma la prima regione esportatrice, con oltre 167 miliardi di euro, seguita da Emilia-Romagna, Veneto, Toscana e Piemonte. Nei primi sette mesi dell'anno l'export italiano di beni è aumentato del 4,6%, mentre le importazioni sono cresciute del 4,3%. A luglio l'export è aumentato del 4,7%.

I dati più recenti mostrano una capacità di tenuta delle esportazioni nazionali, ma le premesse critiche di lungo periodo soprattutto per i costi energetici continuano a determinare incertezza nella pianificazione delle aziende. «Nel 2022 - spiega il documento - nel pieno dello shock energetico, l'export di beni ha superato i 626 miliardi di euro, con una crescita di oltre il 20% a valori correnti. La dinamica è stata sostenuta anche dall'aumento dei prezzi, negli anni successivi i volumi hanno registrato una contrazione: -5,1% nel 2023 e -2,4% nel 2024». Oggi il quadro energetico è migliorato rispetto al picco del 2022: il deficit energetico, dopo aver superato i 110 miliardi di euro, è sceso a 46,9 miliardi nel

2025. «La questione - sottolinea il documento - resta tuttavia strategica per la competitività delle imprese. I prezzi industriali di gas ed elettricità nell'Unione europea risultano ancora significativamente superiori a quelli di alcuni dei principali partner commerciali». Lo studio mostra come oggi più che mai le complessità legate all'energia, alla logistica e alla geopolitica entrino nelle strategie d'impresa per gli effetti economici che derivano dalla guerra in Ucraina, dalla crisi del Mar Rosso, dalle sanzioni, dai dazi e dalla «crescente dipendenza da alcuni input strategici», tutti fattori che «stanno modificando le condizioni operative dell'export». **M.Del.**

Export nella tempesta «Ma è anche il momento di nuove opportunità»

LA PROVINCIA
LUNEDÌ 19 OTTOBRE 2026

VII

185 milioni



Export

Con un valore esportato di 185,6 milioni di euro nel secondo trimestre del 2026 la Svizzera segna su base annua un aumento significativo di esportazioni dalle fabbriche lecchesi, con un aumento del 66,9% rispetto ai 111,2 milioni totalizzati nello stesso trimestre del 2025.

Incertezza senza latitudini «Non ci sono aree sicure»

L'analisi. Riccardo Riva è presidente e Ceo di Fischer&Rechsteiner Company
«Bloccato il Medio Oriente, ora abbiamo più chance con i paesi Mercosur»

LECCO

«Non ci sono oggi aree del mondo che esenti da incertezza legata al contesto geopolitico. Europa a parte, l'overseas (quindi il nostro settore) comporta un'incertezza che investe tutto il continente americano, il Sud Est asiatico e l'Estremo Oriente».

Riccardo Riva è presidente e Ceo del gruppo di spedizioni internazionali Fischer&Rechsteiner Company, con sede principale a Valmadrera, sette unità operative in Italia e sedi in Brasile, Cina, Cipro, Dubai, Libano e Tunisia, mentre a presidio dell'Asia orientale opera con una partecipazione societaria a Hong Kong.

In particolare l'azienda ha realizzato anni fa il principale investimento estero in Brasile, dove oggi il Gruppo opera attraverso la sua società locale Fer-Br nel Comune di Jundai, nello Stato di San Paolo e che comprende sette sedi.

«La situazione geopolitica - aggiunge Riva - condiziona il commercio di aziende importatrici ed esportatrici, con un doppio effetto: aumento dell'incidenza dei costi di trasporti con l'aggiunta che l'aumento dei tempi di transito ha spinto alcune aziende a sospendere quantomeno alcuni acquisti o alcune esportazioni. In generale, per quanto riguarda l'attività della nostra azienda risentiamo soprattutto delle oscillazioni, visto che gli aumenti di prezzo ci sono ma accade anche che ci siano dei repentini cali. Proprio questo andamento determina l'incertezza decisionale delle



Riccardo Riva è presidente e Ceo di Fischer&Rechsteiner Company

aziende che spediscono le merci e che in definitiva pagano il conto. Come spedizionieri non possiamo attuare la situazione. Possiamo offrire ai clienti che commerciano overseas la conoscenza più ampia del contesto in modo tale che si possano prendere le decisioni più informate e ponderate. In questo momento è un esercizio impossibile bloccare i prezzi dei noli marittimi sul medio e lungo termine».

In questi giorni Riva è in Vietnam per partecipare a una conferenza organizzata da un network di cui fanno parte spedizionieri di ogni continente: «Nel confronto con miei colleghi emerge che l'incertezza è un problema ad ogni latitudine. Le statistiche sull'export ci dicono che nei 12-18 mesi precedenti alla crisi del Golfo le vendite ita-

liane verso il Medio Oriente erano in notevole crescita e ora questo è un segmento che si è bloccato. Viceversa, auspichiamo che i Paesi del Mercosur, col Brasile che fra le quattro economie che lo costituiscono è la più rilevante, possano dare slancio alle esportazioni. Ma non dimentichiamo che anche ciò va contestualizzato nei valori assoluti, visto che il Mercosur pesa pochi punti percentuali nelle esportazioni totali delle aziende italiane».

Riva guarda con interesse anche al mercato del Venezuela e, in proposito, anche al volo diretto che da marzo 2027 Ita istituirà da Roma a Caracas per quello che «riteniamo essere un mercato molto interessante».

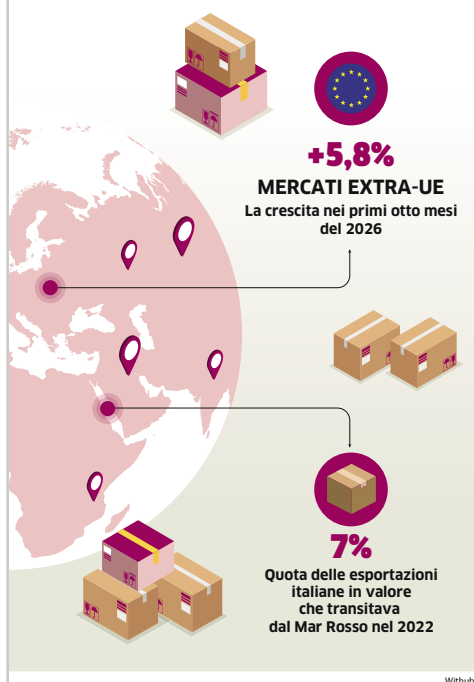
Nei primi 9 mesi dell'anno l'azienda ha realizzato cinque

missioni commerciali in America Latina con i vari componenti che costituiscono i team commerciali aziendali dell'area.

Come tutti gli imprenditori impegnati nell'area ora l'attesa è per gli effetti che le elezioni in Brasile avranno, col ballottaggio del 25 ottobre, sulla futura politica economica del Paese.

«Il dato oggettivo sta nel fatto che ora la composizione del parlamento brasiliano è molto equilibrata. Nel mandato in corso il parlamento non ha preso provvedimenti estremi in quanto l'opposizione ha numeri tali da consentire tale equilibrio. Il parlamento che entrerà in gioco a inizio gennaio è più caratterizzato dall'area di centro destra (per citare una categoria delle nostre latitudini), quindi se anche il presidente Lula vencesse al ballottaggio con Bolsonaro avrà più difficoltà nel portare avanti le politiche più allineate alla propria linea politica. Se, viceversa, vencesse Bolsonaro, l'azione politica sarebbe più facilmente allineata alla propria area. Nessuna preferenza, siamo spettatori. Parlando con conoscenti e imprenditori in Brasile - conclude Riva - nessuno è esplicitamente favorevole ai convincimenti politici di Bolsonaro padre o Bolsonaro figlio, semplicemente sono contrari alla politica di Lula: questa è la direzione indicata dal cuore economico pulsante del Brasile. Ma vedremo cosa avranno deciso i 159 milioni di votanti della democrazia brasiliana».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



che permettano di entrare nei mercati giusti e restarci con continuità. Il potenziale di crescita delle nostre Pmi è ancora ampio.

Le aziende stanno tornando a investire di più sui mercati europei nelle loro strategie di export?

L'Europa rappresenta una base solida per molte imprese italiane: prossimità geografica, mercato unico e integrazione delle filiere favoriscono relazioni durature e una maggiore prevedibilità operativa. In una fase di incertezza questi elementi acquistano valore, soprattutto per le Pmi che iniziano a esportare. Non parlerei però di un ri-

torno all'Europa in contrapposizione al resto del mondo. Il White Paper mostra che nei primi otto mesi del 2026 le esportazioni italiane extra-Ue sono cresciute del 5,8%, un segnale della vitalità della domanda anche oltre i confini europei. La scelta più promettente è combinare mercati consolidati e nuove destinazioni, valutando opportunità, margini e rischi caso per caso. Il nostro compito è aiutare le imprese a costruire percorsi di internazionalizzazione consapevoli, perché possano crescere in Europa e cogliere, allo stesso tempo, le occasioni offerte dagli altri mercati.

Dolci & delizie NONNA

in edicola
a **7,90**
+ il quotidiano

Dolci & delizie della NONNA

Il sapore autentico della tradizione, direttamente nella tua cucina.

Farina, zucchero, uova, burro, lievito... pochi e semplici ingredienti per preparare tantissime deliziose golosità.

Più di 60 ricette vi guideranno nella preparazione dei migliori dolci della tradizione: crostate, i grandi classici, biscotti, dolci al cucchiaio, budini oltre agli immancabili dolci per Natale, Pasqua, Carnevale e molto altro!

La Provincia