16-LUG-2026
da pag. 9 / foglio 1

OGGI
Settimanale - Dir. Resp.: Andrea Biavardi
Tiratura: 220027 Diffusione: 141117 Lettori: 1260000 (Data Stampa 0001096)

DATA STAMPA
45° Anniversario

Data Stampa 1096-Data Stampa 1096

Data Stampa 1096-Data Stampa 1096



Risponde
Marco Fortis
Vicepresidente della Fondazione Edison e docente universitario

COME HA FATTO L'ITALIA A DIVENTARE IL QUARTO ESPORTATORE MONDIALE?

Le nostre imprese, più piccole, si sono rivelate **flessibili e sensibili** alle esigenze del mercato. E siamo andati oltre i prodotti tradizionali



SULLE ROTTE DEL COMMERCIO
Osaka, Giappone. Il Padiglione Italia all'Expo 2025.

Il dato più significativo è che tra aprile 2025 e aprile 2026 abbiamo superato nell'export anche il Giappone. Era successo per periodi più brevi, un mese o un trimestre. Mai per un anno. Nel 2025 abbiamo venduto sui mercati internazionali prodotti per oltre 643 miliardi di euro, con un aumento del 3,3%. Questo nonostante le battaglie e le polemiche sui dazi e sulla debolezza dell'industria italiana. Abbiamo la tendenza a criticare ciò che facciamo, ma spesso a torto. Ci sono rimasti pochi grandi gruppi con base nella Penisola. In compenso ci sono 10 mila aziende dai 50 ai 500 dipendenti che lavorano benissimo, riescono a farsi apprezzare ovunque e ad adattarsi alle richieste dei clienti. In più, ci sono grandi multinazionali che sono arrivate nel nostro Paese e investono. Fino a una trentina di anni fa l'Italia vendeva prodotti tradizionali: tessile e abbigliamento, pelli e calzature, mobili e ceramiche. Poi, all'inizio degli anni 2000 la globalizzazione, la crescita della Cina, hanno "sottratto" all'Italia la parte più povera dei mercati internazionali. Siamo stati capaci di reagire e di rendere più sofisticate le nostre aziende. Abbiamo affiancato al tradizionale "made in Italy" settori in cui siamo diventati colossi come la meccanica avanzata, la farmaceutica, perfino i cosmetici, visto che molti grandi marchi producono qui. Siamo i primi produttori di yacht. Fincantieri è il primo gruppo al mondo per le navi da crociera. Nell'agro-alimentare, un fiore all'occhiello, eravamo in deficit perché dovevamo importare molte materie prime come il grano. Ora i nostri "brand" sono noti in tutto il mondo.

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - DS1096 - S.18815 - SL_SAR