

Sace, dagli Emirati all'India la spinta al made in Italy

Imprese

Identificati dal gruppo 100 miliardi di opportunità per la crescita delle aziende

Ricci: «Per controbilanciare gli effetti negativi dei dazi, occorre aprire nuovi mercati»

Celestina Dominelli

ROMA

Quattordici mercati strategici, dagli Emirati al Messico, dall'India al Marocco, passando per Sudafrica e Turchia. Che possono rappresentare un assist importante per le imprese italiane impegnate a fronteggiare le incertezze geopolitiche e la debolezza di alcuni partner commerciali. Due variabili che devono essere affrontate ampliando gli orizzonti internazionali in modo da guardare alle geografie di maggiori opportunità. Anche rispetto alle ultime mosse dell'amministrazione Usa.

È questo il messaggio che arriva dalla Sace Growth Map, il mappamondo interattivo che traccia le opportunità mercato per mercato e dà accesso alle soluzioni predisposte dal gruppo guidato da Alessandra Ricci.

Una bussola dettagliata, dunque, che ieri è stata al centro dell'evento "Let's Grow!", organizzato da Sace per approfondire scenari e strumenti di crescita per le imprese italiane, anche di fronte agli ultimi sviluppi del contesto internazionale, a cominciare dai nuovi dazi annunciati dagli

Usa. Che, ha spiegato la ceo Ricci, «non avranno impatto nel 2025, si vedranno dal 2026 e come Italia dobbiamo aumentare la capacità di esportazione come numero di Paesi. Più Paesi apriamo, più opportunità diamo alle aziende italiane, più saremo in grado di controbilanciare gli eventuali effetti negativi».

In una congiuntura così complessa, dunque, la mappa per la crescita di Sace si configura come uno strumento estremamente efficace. Perché mette a fuoco, esplorando il potenziale di due leve cruciali come l'export e l'innovazione, 100 miliardi di opportunità per la crescita delle imprese italiane nel 2025. E lo fa puntando lo sguardo, come detto, soprattutto su alcune geografie che Sace presidia con i propri uffici e dalle quali può arrivare la maggiore spinta al made in Italy. Che, in un'ottica di diversificazione, deve puntare a consolidarsi anche nei Paesi africani inclusi nel piano Mattei.

Dei 100 miliardi di nuove possibilità identificati da Sace, 15 miliardi rappresentano gli investimenti aggiuntivi necessari ad allineare l'intensità innovativa dell'Italia a quella dell'area euro (si veda anche Il Sole

24 Ore del 2 marzo), mentre i restanti 85 miliardi riguardano l'export. Che, secondo le stime del gruppo assicurativo-finanziario partecipato dal Mef, tornerà a crescere del 3% dopo un biennio di continuità su livelli record di 625 miliardi di euro. Se oggi, infatti, l'Italia è un esportatore top a livello globale, ha, invece, un ampio margine di diversificazione verso nuovi mercati ad alto potenziale che oggi rappresentano solo il 13% dell'export italiano.

Secondo la fotografia di Sace, le esportazioni nazionali stanno scontando in particolar modo il rallentamento del nostro primo partner commerciale, la Germania, dove si esporta soprattutto meccanica, automotive e chimica, fortemente integrate nelle catene del valore tedesche. Mentre la crescita procede a grandi passi in mercati che l'Italia ha approcciato solo più recentemente. È il caso dei Paesi Asean (l'area del Sud Est asiatico), dove le esportazioni italiane hanno registrato un incremento del 10,3%, con il Vietnam che ha visto una crescita del 25 per cento. Ma percentuali altrettanto significative caratterizzano anche l'Arabia Saudita (+28%), gli Emirati Arabi Uniti (+20%), la Serbia (+16%), il Messico e il Brasile (+8%). Si tratta appunto dei mercati che Sace ha definito come Gate (growing, ambitious, transforming, entrepreneurial) perché costituiscono delle vere e proprie porte d'accesso a nuove aree di opportunità. «E in questa direzione – chiosa Ricci – l'azione di sistema è fondamentale per fare da apripista». Ma lo è, rimarca la ceo, anche il ruolo di Sace su cui le imprese possono far leva per compiere il salto.



ALESSANDRA RICCI
È l'amministratrice delegata di Sace

© RIPRODUZIONE RISERVATA

