

L'INTERVISTA

DS6901
**Tajani: «Export
cruciale, puntiamo
ai 700 miliardi
entro il 2027»**

«Continuiamo a credere che sia raggiungibile un obiettivo di export ambizioso, in grado di trainare l'economia italiana: l'obiettivo di oltre 700 miliardi di euro entro la fine della legi-

slatura» nel 2027. Lo dice al Sole 24 Ore il ministro degli Esteri, Antonio Tajani, alla vigilia della «Conferenza Nazionale dell'Export e dell'Internazionalizzazione delle Imprese» che si terrà oggi a Milano all'Università Bocconi. **Marroni** —a pag. 8

Tajani: export architrave, puntiamo a quota 700 miliardi entro il 2027

Oggi la Conferenza nazionale. Nel 2023 eravamo a 626 miliardi. Nella prima parte dell'anno, superato il Giappone: «Siamo il 4° esportatore mondiale»



Negli Usa dobbiamo raggiungere gli Stati più interni. In Germania deve crescere il Made in Italy innovativo



Dobbiamo fare in modo che la spinta competitiva delle nostre imprese continui, nonostante l'instabilità

Carlo Marroni

«L'export genera oltre un terzo del Pil italiano ed è l'architrave della nostra economia. Con 626 miliardi di euro di esportazioni registrati lo scorso anno, l'Italia si conferma una delle economie più dinamiche a livello globale. Nella prima parte dell'anno abbiamo addirittura superato il Giappone per valori di export, diventando il 4° esportatore mondiale», dice Antonio Tajani, in avvio della «Conferenza Nazionale dell'Export e dell'Internazionalizzazione delle Imprese» che si terrà oggi e domani a Milano presso l'Università Bocconi guidata da Francesco Billari.

È la tappa conclusiva degli «Stati Generali della diplomazia», ovvero della riunione annuale di tutti gli ambasciatori italiani: questa volta i capi missione saranno impegnati in molti incontri diretti con le imprese. Una conferma che la Farnesina è diventata sempre più «Ministero degli Esteri e del Commercio internazionale».

«Dobbiamo fare in modo che la spinta competitiva delle nostre imprese continui e si sviluppi in un

contesto internazionale complesso e segnato da numerose crisi e fronti di instabilità», dice il ministro degli Esteri al Sole 24 Ore. «Il conflitto in Ucraina continua ad avere ripercussioni geopolitiche ed economiche profonde. La guerra in Medio Oriente e la perdurante mancanza di sicurezza nel Mar Rosso sono elementi di incertezza per chi deve vendere le proprie merci nel mondo».

Ma, osserva Tajani, ci sono altre incognite: «Il rallentamento di alcune economie europee, in particolare quella della Germania, che rimane il più grande partner commerciale e industriale dell'Italia e le cui filiere produttive sono fortemente integrate con le nostre, indebolisce la domanda di beni italiani in quei mercati. Preoccupazione ha destato poi nel sistema produttivo l'incertezza sulle prospettive del nostro export negli Stati Uniti in attesa delle decisioni che verranno prese in futuro».

Sul tema della percepita minaccia di dazi «vorrei rilevare che l'Italia è il Paese alleato degli Stati Uniti in Europa che ha il rapporto di fiducia più stretto con Washington. Come Go-

verno siamo impegnati per fare in modo che i rischi legati ad eventuali dazi - rischi che ad oggi sono ancora teorici - non si tramutino in realtà. Questa per noi è una priorità».

L'export dopo una crescita sostenuta da due anni è abbastanza stazionario, ma per Tajani le prospettive ora sono buone: «Continuiamo a credere che sia raggiungibile un obiettivo di export ambizioso, in grado di trainare l'economia italiana: l'obiettivo di oltre 700 miliardi di euro entro la fine della legislatura (2027, ndr). Per parte mia e del Governo esprimo qui l'impegno ad operare concretamente perché possiamo tagliare insieme questo traguardo per il Sistema Italia». Ma - aggiunge - c'è an-



che un altro obiettivo, «quello di aumentare il valore aggiunto delle nostre esportazioni, incrementando il contenuto tecnologico e innovativo di ciò che esportiamo, dato che questi prodotti risultano meno vulnerabili alla competizione e creeranno maggiore reddito e occupazione di più elevata qualità».

Quali sono gli obiettivi "geografici" dei prodotti per arrivare all'obiettivo dei 700 miliardi? «Anzitutto sui grandi mercati di sbocco dobbiamo fare un lavoro sempre più sofisticato per arrivare a nuovi compratori e nuovi clienti, entrando in nuove nicchie in cui c'è fame di prodotti "Made in Italy". Per fare degli esempi, negli Stati Uniti dobbiamo arrivare in molti Stati lontani dalle due coste dove c'è ancora molto spazio di crescita. Nella stessa Germania, che è in fase di cambiamento strutturale verso le tecnologie verdi, dobbiamo portare più Made in Italy innovativo, che è uno dei nostri punti di forza. Inoltre - aggiunge - siamo impegnati a Bruxelles per stimolare un rilancio delle politiche industriali europee e un approccio più pragmatico in materia di cambiamento climatico, che sia sostenibile per l'industria europea, a partire dall'industria dell'auto. Allo stesso tempo, intendiamo appoggiare le nostre imprese del

settore della componentistica affinché possano diversificare la propria produzione verso settori a più alto tasso di sviluppo ed espandere il proprio export in altri mercati».

La Cina è la grande incognita. «In Cina, occorre una strategia volta ad espandere la penetrazione dei nostri prodotti di lusso, che rimangono ancora indietro rispetto a quelli di altri paesi. Il rafforzamento dell'azione a sostegno dell'export verso il mercato cinese per le imprese italiane è stato al centro di molteplici iniziative: a settembre 2023 mi sono recato a Pechino per guidare il Comitato governativo congiunto, discutere l'uscita dalla *Belt and Road Initiative* e rilanciare su nuove basi il partenariato bilaterale. Ha fatto seguito, ad aprile 2024, la convocazione di un forum di dialogo imprenditoriale a Verona e la convocazione, a luglio 2024, del Business Forum Italia-Cina a Pechino».

Inoltre - aggiunge il ministro degli Esteri - «dobbiamo sapere accrescere sensibilmente il nostro peso in nuovi mercati emergenti: America Latina, Sud-Est asiatico, Paesi del Golfo - oltre ovviamente alle priorità politiche dei Balcani occidentali e dell'Africa. Il mio impegno è assoluto. La componente commerciale è sempre presente nelle mie missioni all'estero».

La conferenza di Milano sarà l'occasione, dice Tajani, per annunciare «due nuovi filoni di diplomazia della crescita». Anzitutto la «diplomazia dell'innovazione», che mira a promuovere la componente più innovativa e ad elevato valore aggiunto del Made in Italy che, come i dati dimostrano, contribuisce sempre di più al successo delle nostre esportazioni. In un'epoca in cui l'innovazione tecnologica è il principale motore dello sviluppo, i comparti della farmaceutica, delle biotecnologie, della meccanica avanzata, della sicurezza cibernetica, della microelettronica, della robotica, dell'intelligenza artificiale, delle tecnologie per la sostenibilità ambientale - per citarne solo alcuni - contribuiscono a collocare il nostro Paese sulla frontiera del progresso scientifico-tecnologico».

Altro filone è la «diplomazia dello sport». Su questo punto ricorda «il ruolo sempre più importante della diplomazia sportiva nella promozione del Sistema Italia. Gli eventi sportivi di levatura internazionale, per la loro capacità di attrarre l'attenzione globale, offrono un palcoscenico naturale per valorizzare il Made in Italy e per costruire nuove relazioni commerciali a livello mondiale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL DATO DI OTTOBRE: +1,6%

Made in Italy verso l'avanzo record di oltre 100 miliardi (senza l'energia)

La novità non è banale: dopo mesi di flessioni l'export verso la Germania ad ottobre torna a crescere. Non uno scatto memorabile, una ripresa di appena lo 0,9%, che tuttavia insieme al recupero più robusto di Francia, Spagna e di molte altre aree continentali, porta in attivo il bilancio del mese, in progresso dell'1,6%. Nei dieci mesi il bilancio migliora, anche se in modo marginale, e il passivo si riduce allo 0,5%. La spinta limitata dei mercati extra-Ue, nei dieci mesi in crescita dello 0,9%, frenati dal "rosso" di Usa e soprattutto Cina (-21,3%), al momento non basta ancora per tenere a galla il bilancio complessivo, che vede una riduzione degli acquisti nella Ue: in dieci mesi qui la riduzione è dell'1,7%. Mese positivo quasi a tutto tondo, quello di ottobre, con

crescite che coinvolgono numerosi settori, in più di un caso a doppia cifra, come capita ad alimentari e farmaceutica mentre il segno meno è visibile solo nei macchinari (appena -0,3%) e nell'auto (-24,3%), unico vero punto di crisi delle vendite estere. La debolezza delle importazioni (quasi ferme nel mese, in calo del 4,6% tra gennaio e ottobre) ha come risultato l'aumento del nostro avanzo commerciale che in dieci mesi sale a 45 miliardi, quasi il doppio rispetto al 2023. Senza l'energia l'attivo sale a 85,7 miliardi, quasi sei in più rispetto allo scorso anno, quando per la prima volta ci siamo avvicinati a quota 100 (senza l'energia). Soglia che siamo in rotta per poter superare nel 2024.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

12%

QUOTA EXPORT IN GERMANIA

Tra i principali mercati di sbocco delle merci italiane, la Germania ha la quota maggiore (12%); seguono Usa (10,5%) e Francia (10,2%)



Antonio Tajani.
Il ministro degli Affari esteri e della Cooperazione internazionale



Ministro degli Esteri.

Antonio Tajani sarà alla "Conferenza Nazionale dell'Export e dell'Internazionalizzazione delle Imprese" che si terrà oggi e domani a Milano presso l'Università Bicconi guidata da Francesco Billari