

Made in Italy a rischio «Apriamo nuove rotte»

L'analisi. Giovanni Da Pozzo è presidente di Promos Italia
«Fare export significa anche sapersi adattare agli scenari globali»

LECCO

«Le imprese devono aprire nuove rotte, affrontare nuovi mercati e stringere nuove relazioni commerciali prima che la crisi diventi un costo. Non basta esportare, bisogna essere pronti ad adattarsi e investire con pazienza in presenza internazionale». Lo afferma Giovanni Da Pozzo, presidente di Promos Italia, in occasione della diffusione del nuovo studio realizzato dall'agenzia nazionale per il sistema camerale per l'internazionalizzazione delle imprese dal titolo "Pedaggi sugli stretti commerciali e impatto sull'export italiano".

In estrema sintesi, il white paper di Promos Italia ci dice che a causa dei pedaggi sugli stretti commerciali (Hormuz incluso) il Made in Italy rischia di perdere fino a 225 miliardi di euro.

Suez/Bab el-Mandeb, Hormuz, Malacca, Panama, Bosforo-Dardanelli e stretti danesi sono i choke-point da cui passa tra il 25% e il 35% delle esportazioni italiane che lo studio di Promos Italia ora analizza sotto l'aspetto del rischio economico legato ai pedaggi ma anche alla spinta dei rincari legati alla situazione geopolitica internazionale.

Il dato di partenza, spiega l'indagine, è il valore dell'export italiano che, nel 2025, ha raggiunto i 644 miliardi di euro (+3,3% su base annua), con un surplus commerciale complessivo di 50,7 miliardi. «Un risultato positivo - sottolinea Promos Italia - ma fortemente legato ai mercati extra-



Giovanni Da Pozzo, presidente di Promos Italia

Ue, che hanno generato un avanzo di 56,2 miliardi e che risultano più esposti alle rotte marittime lunghe e ai colli di bottiglia globali. Proprio quelli per i quali si ipotizza un costo di attraversamento».

Tre gli scenari di impatto presentati dal white paper: «In uno scenario moderato, con pedaggi limitati e nessun blocco operativo, l'extra-costi annuo per l'export italiano esposto sarebbe compreso tra 1,6 e 4,5 miliardi di euro. In uno scenario avverso, con pedaggi su più stretti e deviazioni parziali, l'impatto salirebbe tra 4,8 e 11,3 miliardi. In uno scenario severo, con restrizioni o quasi-

blocchi temporanei, il costo potenziale arriverebbe fino a 225 miliardi di euro l'anno. I settori più esposti sono quelli con elevato valore unitario, consegne complesse o forte dipendenza da input importati».

Ed è quindi il caso della farmaceutica, dei metalli, dei mezzi di trasporto non automotive, dell'agroalimentare, dei macchinari, della moda, del lusso, dell'arredo arredato e design. «Per queste industrie - sottolinea Promos Italia - il ritardo nelle consegne può pesare sui costi quanto il rincaro logistico, perché incide su consegne programmate, stagionalità, shelf-life, penali e affidabi-

lità verso il cliente finale».

In un territorio ad alto tasso di esportazioni come il Lecchese la massiccia presenza di pmi potenzia il rischio visto che, secondo il white paper, una piccola o media impresa con 10 milioni di euro di export annuo potrebbe subire extra-costi tra 100 e 200 mila euro nello scenario moderato, tra 300 e 500 mila euro nello scenario avverso e fino a 1 milione di euro nello scenario severo.

Per il direttore generale di Promos Italia, «l'instabilità globale è già entrata nei bilanci delle Pmi. In Europa, tra marzo e giugno, il maggior costo per approvvigionarsi di gasolio e jet fuel è stato stimato in circa 10 miliardi di euro, di cui oltre 1 miliardo a carico dell'Italia».

Che fare, dunque? Fra le priorità il primo passo è «valutare porti alternativi, ferrovia e hub regionali; inserire nei contratti logistici clausole su surcharge, sui tempi e sulle assicurazioni; rafforzare la presenza in mercati meno esposti alle rotte critiche; monitorare noli, premi assicurativi, energia e tempi nave; ribilanciare scorte e fornitori strategici».

«Gli stretti commerciali non sono più solo una questione marittima - conclude Da Pozzo - Sono una variabile di competitività industriale. Per il Made in Italy, la resilienza della supply chain diventa parte del valore del prodotto: affidabilità, continuità e capacità di consegna sono ormai elementi decisivi quanto qualità, design e innovazione». **M. Del.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

