



Banca del Fucino

1923 | 2023

NOTA STAMPA

FOCUS 25 ANNI DI COMMERCIO ITALIANO EXTRA-EUROPEO: BANCA DEL FUCINO PRESENTA LA NUOVA RICERCA SULLA GEOGRAFIA DELL'EXPORT DEL PAESE.

In 25 anni gli USA crescono come sbocco per l'export italiano, India e Cina non decollano.

Beni di consumo, meccanica e farmaceutica i principali punti di forza dell'export italiano sotto il profilo merceologico.

I "mercati vicini" fuori dall'Europa, hanno grandi potenzialità di crescita ancora inespresse.

Roma, 31 luglio 2025. Il sistema del commercio internazionale, per come lo abbiamo conosciuto negli ultimi trent'anni, sta attraversando profondi cambiamenti. L'Italia, da sempre Paese di manifattura e di commercio, è stata capace di trarre beneficio dall'espansione dei traffici internazionali cominciata negli anni '90. Oggi però la crescente indisponibilità statunitense a ricoprire il ruolo di "compratore di ultima istanza", unita all'emergere di nuovi competitor sulla scena internazionale, configurano un importante cambiamento di scenario.

In questo contesto si colloca la nuova ricerca dell'Ufficio studi della Banca del Fucino, intitolata *Oltre il giardino. 25 anni di export italiano extra-europeo*. Lo studio, predisposto da Vladimiro Giacché e Michele Tonoletti, fornisce una panoramica dei cambiamenti dell'export italiano tra l'inizio del nuovo millennio e oggi, tanto sul piano della geografia delle destinazioni quanto su quello della struttura merceologica.

Dalla ricerca emerge come negli ultimi 25 anni la quota di export italiano diretta verso l'Area Euro si sia ridotta di ben 6 punti percentuali – dal 45 al 39% circa del totale – sebbene il mercato europeo rimanga tutt'oggi la principale destinazione dei prodotti italiani (67,2% nel 2020-24, a fronte del 70,1% nel 2000-04).

Lo spazio perso dall'Europa è stato occupato da tre Paesi in particolare: Cina (+1,5%), Stati Uniti (+1,1%) e, in misura minore, India (+0,4%). Il peso della Cina e dell'India sul totale dell'export italiano è rimasto tuttavia molto modesto, rispettivamente al 2,9% e allo 0,8% nella media del quinquennio 2019-24.



Banca del Fucino

1923 | 2023

Gli Stati Uniti, al contrario, hanno conservato e rafforzato la propria posizione di primo mercato extraeuropeo di destinazione delle esportazioni italiane, fino a pesare per più dell'11% del totale esportato nel triennio 2022-24.

La ricerca di Banca del Fucino identifica in questa accresciuta dipendenza dal mercato Usa uno dei principali fattori di rischio per la tenuta futura dell'export italiano, un rischio che sembra ora concretizzarsi con l'imposizione di dazi al 15% da parte dell'attuale amministrazione degli Stati Uniti su gran parte dell'export europeo. La rischiosità è legata anche ai cambiamenti che la composizione merceologica dell'export italiano ha visto negli ultimi 25 anni. L'emergere del settore farmaceutico – una novità per il sistema produttivo italiano – è sicuramente il principale mutamento che si è registrato. La quota del farmaceutico è infatti passata dal 3,5 all'8,0% del totale esportato tra l'inizio e la fine del periodo di osservazione; un vero e proprio balzo, alle cui proporzioni si avvicina solamente la crescita registrata dal settore alimentare, passato dal 5,6 al 9,3%.

In questa evoluzione gli Stati Uniti hanno giocato un ruolo di massimo rilievo, assorbendo quote rilevanti dell'export italiano proprio in questi comparti. Se sui prodotti farmaceutici non vi è chiarezza circa l'applicazione dei dazi al 15% stabiliti negli accordi tra Usa e Ue di fine luglio, i prodotti alimentari, invece, rientrano certamente nel perimetro delle merci colpite dai dazi, ed è lecito attendersi un danno significativo per questo settore.

La ricerca evidenzia poi come, al netto di un arretramento del settore tessile – dal 15,3 al 10,9% – i comparti tradizionali del Made in Italy – moda, arredamento, alimentari e meccanica – abbiano dimostrato notevole resilienza, riscontrando spesso grande successo nei mercati extraeuropei. Ciò testimonia la perdurante forza del brand Made in Italy nel mondo, oltre alla capacità delle imprese della meccanica di mantenersi competitive nel mercato mondiale dei macchinari e dei beni strumentali per l'industria. Ad oggi quello della meccanica – con più del 16% del totale – costituisce in effetti il nostro più importante comparto di esportazione. Farmaceutico, beni di consumo e meccanica – conclude la ricerca – sono tre settori nei quali l'Italia ha dimostrato di detenere un'ottima capacità di competizione sui mercati internazionali.

In prospettiva, nuovi mercati a cui guardare per l'export italiano non mancano. La Cina e l'India, anche solo per la loro dimensione, costituiscono i due mercati di destinazione dal più alto potenziale: nel caso dell'India, il nostro export si concentra primariamente sui macchinari – già oggi più del 40% del totale esportato verso questo Paese – e su altri prodotti destinati all'industria; anche nel caso della Cina la componente dei macchinari riveste un ruolo molto rilevante – circa il 30% dell'export totale – ma anche i prodotti di consumo del Made in Italy hanno registrato performance più che positive.

Conferme dell'apprezzamento internazionale per il brand Made in Italy arrivano anche dalle economie avanzate dell'Asia, come il Giappone e le Tigri Asiatiche; nei Paesi dell'Associazione



Banca del Fucino

1923 | 2023

delle Nazioni del Sud Est Asiatico (Asean), invece, negli ultimi cinque anni sono stati i prodotti di elettronica a registrare tassi di crescita particolarmente elevati, in media dell'11,8% annuo per la categoria "Computer, apparecchi elettrici e ottici", un caso piuttosto unico nella vasta e variegata geografia dell'export italiano.

La ricerca dedica alcune sezioni anche al cosiddetto "estero vicino" – il Medio Oriente e l'Africa. Le monarchie del Golfo da anni dimostrano particolare apprezzamento per i prodotti del Made in Italy, anche se i macchinari rimangono la categoria principale di export verso quest'area, con circa un quarto del totale esportato verso l'area mediorientale. L'Africa rimane invece ancora in gran parte un'incognita, specialmente per quanto riguarda la parte sub-sahariana del continente: il piano Mattei è sicuramente un ottimo passo nella direzione di un buon posizionamento presso una delle regioni più importanti per il futuro.

Contatti per la stampa

Barabino & Partners

Federico Steiner

Allegra Ardemagni

Tel.: 06.679.29.29 – Cell.: 339.450.61.44 - a.ardemagni@barabino.it