

Nuove e antiche sfide per le imprese italiane nella fluidità geopolitica

Strumenti e strategie. Mercati emergenti, dimensioni, accesso al credito: le opportunità per continuare a crescere in un mondo sempre più incerto

Giulia Crivelli

Uno sguardo al semestre che si è appena chiuso e uno alla seconda metà dell'anno, confermando i punti di forza delle imprese italiane e della struttura economica del nostro Paese, inseriti però in uno scenario geopolitico sempre più incerto, con equilibri tra potenze economiche in evoluzione e senza dimenticare i tanti appuntamenti elettorali del 2024 e che stanno cambiando anche gli equilibri politici in Europa, Stati Uniti e Asia. Questi i punti di partenza del Made in Italy Pre-Summit, evento digitale che si è svolto ieri, organizzato da Il Sole 24 Ore in collaborazione con Financial Times e Sky TG24, punti sintetizzati nel titolo «New markets, global trade shifts» e toccati da rappresentanti delle aziende, della politica e delle associazioni, a partire da Confindustria.

Il ruolo dell'informazione

In apertura, Fabio Tamburini, direttore del Sole 24 Ore, Alec Russel, foreign editor di Financial Times, e Giuseppe De Bellis, direttore Sky TG24, hanno sottolineato l'importanza del giornalismo economico-finanziario per diffondere autentica conoscenza dei temi che tutti, imprese, Paesi, "semplici" cittadini, si trovano ad affrontare. Un ruolo che deve sfruttare gli strumenti digitali - intelligenza artificiale generativa compresa -, anche con alleanze internazionali e crossmediali come quella tra Sole 24 Ore, Financial Times e Sky TG24.

Il nuovo mondo multipolare

Marina Benedetti, senior economist dell'ufficio studi di Sace, ha parlato

delle prospettive per l'export italiano in uno scenario che molti hanno iniziato a chiamare «multipolare», confrontandosi con Alessandro Gili, research fellow dell'Osservatorio geoeconomia dell'Ispi, e Mario Pozza, presidente di Assocamerestero. «Partiamo dalla buone notizie: si torna a crescere e l'Italia è tra i primi esportatori al mondo - ha spiegato Marina Benedetti -. La previsione per il 2025 è di arrivare a 679 miliardi, con una crescita media annua del 4,1% nei prossimi due anni. Nel report Sace *Doing Export Report 2024*, una guida pratica per le imprese italiane per in-

tercettare i mercati ad alto potenziale, abbiamo analizzato in particolare le opportunità dei mercati Gate - ha aggiunto l'economista -, una definizione che comprende Messico, Brasile, Colombia, Turchia, Serbia, Egitto, Marocco, Sudafrica, India, Cina, Vietnam e Singapore, mercati che oggi valgono 80 miliardi di euro e potranno valerne 95 al 2027».

Il binomio pubblico-privato

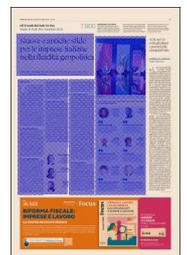
Della necessità di aumentare ulteriormente la competitività delle imprese italiane ha parlato Marco Nocivelli, vicepresidente di Confindustria per le Politiche industriali e il made in Italy: «Il piano 5.0 rappresenta uno strumento di politica industriale essenziale per la competitività ed è una misura portante del nuovo Pnrr - ha sottolineato -. I 6,3 miliardi di euro destinati a progetti di innovazione sono una grande opportunità, ma utilizzarli tutti entro il 2025 è una vera sfida». Del sostegno finanziario alle eccellenze italiane hanno discusso Barbara Lunghi, responsabile merca-

ti primari di Borsa Italiana-Gruppo euronext, Lorian Pelizzon, docente di politica economica all'università di Venezia, e Vera Veri, responsabile investimenti partecipativi di Simest. «Grazie alla nostra natura di partner

istituzionale di lungo periodo - ha spiegato Vera Veri -, sosteniamo concretamente i progetti di crescita internazionale delle imprese italiane, acquisendo quote di minoranza nel capitale delle controllate estere».

Le svolte digital e green

L'efficienza energetica e la sostenibilità, ambientale e non solo, sono state il focus dell'intervento di Gelsomina Vigliotti, vicepresidente della European Investment Bank, e sul supporto del Governo ha rassicurato Massimo Bitonci, sottosegretario al ministero delle Imprese e del made in Italy. Molti i punti sollevati da Marco Taisch, presidente di Mics (Made in Italy circolare e sostenibile), Lara Ponti, vicepresidente di Confindustria per la transizione ambientale e gli obiettivi Esg, e Nicola Lanzetta, direttore Italia del Gruppo Enel. «È il mercato, sono i consumatori, oggi, a richiedere la transizione ecologica delle imprese: deve essere chiaro - ha detto Taisch -. Non tutte le realtà imprenditoriali lo



hanno capito, soprattutto nel contesto B2B, in cui manca un rapporto diretto con i consumatori ed è per questo che sono convinto che le aziende vadano accompagnate nel cammino verso la piena sostenibilità». Sul ruolo attivo che possono avere i consumatori si è concentrato anche Lanzetta, che ha parlato del progetto Scelta rinnovabile di Enel, che «permette di coinvolgere i cittadini e le comunità nella realizzazione di nuovi impianti rinnovabili, partecipando in maniera attiva al processo di decarbonizzazione del Paese, anche con le campagne di crowdfunding che abbiamo promosso, sei tra il 2021 e il 2023».

L'IA come strumento

Per concludere i lavori e dare appuntamento al Made in Italy Summit che si terrà dall'1 al 3 ottobre sono intervenuti Anna Mareschi Danieli, vice chiarwoman di Acciaierie Bertoli Safau, Paola Nicastro, presidente e ad di Sviluppo Lavoro Italia, e Giuliano Noci, vice rettore del Politecnico di Milano e consulente del Governo per la strategia nazionale sull'IA. Il messaggio è stato chiaro e forte: l'intelligenza artificiale generativa è uno strumento per ogni tipo di impresa e non deve essere temuto, ma approfondito, spiegato e studiato. Da tutti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Svolta green. Da sinistra, Nicola Lanzetta (Enel), Lara Ponti (Confindustria) e Marco Taisch (Mics), tra i protagonisti del panel su efficienza energetica e Transizione 5.0

Le voci dei protagonisti



VERA VERI
Responsabile
Investimenti
Partecipativi
di SIMEST



PRESENZA CAPILLARE

Siamo in oltre 150 Paesi e gestiamo anche il fondo di venture capital creato con il ministero degli Esteri



**MARCO
TAISCH**
Presidente
MICS



FAVORIRE LA DIGITALIZZAZIONE

Le nuove tecnologie sono un potente abilitatore della transizione ecologica per imprese di ogni dimensione



**NICOLA
LANZETTA**
Direttore Italia
del Gruppo
Enel



CONSUMATORI AL CENTRO

Con i fondi del Pnrr, entro il 2026 crescerà di ulteriori 5,5 gigawatt la hosting capacity della rete di Enel



**MARINA
BENEDETTI**
Senior
Economist
Ufficio Studi
SACE



LA SVOLTA GREEN

Occorre investire nelle «low carbon technologies», che oggi valgono 40 miliardi e potranno valerne 50 al 2025



LARA PONTI
Vice Presidente
Confindustria
Transizione
Ambientale e
Obiettivi ESG



PIANIFICARE A LUNGO TERMINE

Abbiamo bisogno di una politica industriale di lungo periodo e di un piano europeo di investimenti comuni



**MARCO
NOCIVELLI**
Vice Presidente
Confindustria
Politiche Industriali
e Made in Italy



NUOVO IMPULSO ALL'EUROPA

È importante far capire a tutti che il nostro continente deve tornare a essere competitivo a livello globale



FABIO TAMBURINI
Direttore
del Sole 24 Ore
dell'agenzia
di stampa Radioco
e di Radio 24



ALEC RUSSEK
Foreign Editor
del Financial Times



**GIUSEPPE
DE BELLIS**
Direttore
di Sky TG24

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