



In Confcommercio Milano l'evento "Criticità dell'export: quali leve per la crescita?"
I risultati del sondaggio realizzato dall'Associazione che riunisce i professionisti
dell'internazionalizzazione

Export italiano? IMIT: si può fare di più

L'instabilità internazionale non aiuta, ma per le imprese è importante espandersi sui mercati con risorse umane specializzate e competenti. Sono ancora poche le aziende italiane che esportano: poco più di 80mila quelle con un export continuativo da almeno tre anni. E si esportano pochi servizi

*Seconda edizione del Premio IMIT "Manager Internazionale dell'Anno".
Premiati **Francesco Bossoni** (Amministratore unico di Vendom)
ed **Annalisa Surini** (Sales & Export Consultant di MULTI)*

Occorre far capire alle imprese quanto sia importante poter contare, per operare ed espandersi sui mercati esteri, su risorse umane specializzate e competenti, interne o esterne all'azienda. E' il messaggio di fondo che emerge dai risultati del sondaggio sulle criticità dell'export italiano presentato in Confcommercio Milano da IMIT (Italian Managers for International Trade), l'Associazione che riunisce i professionisti dell'export. All'indagine hanno risposto 87 export manager per un portafoglio rappresentativo di più di 400 aziende.

Oltre alla carenza di una vera cultura dell'internazionalizzazione emergono, come criticità per lo sviluppo sui mercati esteri, le barriere (tariffarie e non tariffarie), i costi della logistica e, naturalmente, l'instabilità internazionale.

All'evento "Criticità dell'export: quali leve per la crescita?" (Le strategie per far crescere l'export), patrocinato da Confcommercio Professioni e Humanx, sono intervenuti, con il presidente di IMIT *Andrea Bonardi*, il vicedirettore del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale ambasciatore *Fabrizio Lobasso*; *Francesco Pinto*, presidente Yamamay; *Stefano Bellucci*, responsabile Global Transaction Banking BPER Banca; *Monica Nolo*, vicepresidente Manageritalia; *Alessia Muzio*, responsabile Ufficio Studi AIFI (Associazione Italiana del Private Equity, Venture Capital e Private Debt); *Stefano Bazzini*, amministratore delegato Selexi. Ha moderato e coordinato i lavori *Silvia Sgaravatti* (Class Cnbc).

Export e criticità: i dati

L'export italiano ha registrato lo scorso anno una crescita del 3,3% toccando quota 643 miliardi di euro nonostante l'elevato grado di instabilità geopolitica internazionale. Il surplus commerciale ha superato i 50 miliardi di euro. I settori trainanti sono stati farmaceutico (+28,5%), nautica, meccanica, alimentare (+6,3%) e trasporti. Il Made in Italy sembra restare competitivo e con capacità di adattamento: negli ultimi 15 anni il nostro Paese è riuscito a mantenere costante la propria quota di export sul totale delle esportazioni mondiali (2,8-2,9%).

Ma le criticità non mancano.

Poche aziende italiane esportano. Il numero delle aziende esportatrici italiane non cresce e, da anni, oscilla tra le 130.000 e le 140.000 unità. Le aziende esportatrici abituali (cioè con 3 anni consecutivi di export) sono poco più di 80.000. E sono oltre 100.000 le aziende esportatrici con un fatturato annuale estero inferiore al milione di euro. In media, oltre il 50% dell'export è riconducibile a circa 2.000 grandi aziende.

Esportazioni italiane troppo "eurocentriche". L'export italiano è fortemente orientato ai mercati europei (Paesi UE, Svizzera e Regno Unito) con l'unica eccezione degli Stati Uniti, tradizionale mercato di sbocco per il Made in Italy (crescita confermata nel 2025, +7,2%, nonostante i dazi). Fattori sotto un certo aspetto positivi in questa fase di forte instabilità internazionale, ma la diversificazione dei mercati resta un obiettivo da raggiungere.

Si esportano soprattutto beni, più debole l'export dei servizi. Italia solo al quattordicesimo posto fra i Paesi esportatori di servizi. L'esportazione di servizi, con percentuali di crescita rilevanti, sta contribuendo in maniera determinante all'incremento degli scambi internazionali.

Cosa è emerso dal sondaggio IMIT

Più fattori ostacolano le imprese nel percorso verso un maggiore sviluppo dell'internazionalizzazione: la mancanza di risorse finanziarie per investire sui mercati esteri e di una strategia export strutturata, e l'assenza di un export manager in azienda o di personale fortemente qualificato; le barriere non tariffarie (pratiche doganali, certificazioni di conformità, documenti per l'export) e tariffarie; i costi logistici elevati, l'instabilità politica nei mercati target; i margini ridotti. Tra le altre criticità segnalate: difficoltà nel marketing internazionale e nel posizionamento sui mercati esteri. La maggior parte delle imprese ritiene, molto o abbastanza difficile individuare e selezionare i partner giusti. Sottolineata, anche in rapporto alla crescente importanza dell'Intelligenza artificiale, la scarsa propensione al marketing digitale: occorre, in questo senso, un significativo intervento pubblico/privato di formazione professionale.

Fra le azioni proposte da IMIT per superare le criticità che impediscono o rallentano la crescita delle pmi sui mercati esteri: un programma di formazione culturale che coinvolga anche i titolari d'impresa con l'obiettivo di preparare risorse umane specializzate e competenti per impostare una strategia di internazionalizzazione; formazione professionale con intervento pubblico/privato per accrescere le competenze in marketing digitale; più attenzione alla definizione di una politica commerciale europea verso i Paesi terzi, con accordi per l'applicazione degli strumenti di difesa commerciale.

E per IMIT servono anche tre iniziative di carattere sistemico: definire un Indice di maturità per l'internazionalizzazione; introdurre un Protocollo nazionale per l'internazionalizzazione delle pmi;

istituire un “Fondo per il salto dimensionale e managerializzazione internazionale” per superare l’approccio occasionale all’export, basato su un programma di co-investimento tra Stato e impresa per l’inserimento stabile (24-36 mesi) di Export Transformation Manager nelle aziende.

*“Il patrimonio di competenze che i professionisti, da noi rappresentati, esperti in export e internazionalizzazione possono mettere a disposizione delle imprese e delle istituzioni – rileva il presidente di IMIT **Andrea Bonardi** – è un fattore determinante per il Sistema Italia”.*

I riconoscimenti del Premio “Manager Internazionale dell’Anno” 2026

All’evento IMIT è stato assegnato il Premio per il “Manager Internazionale dell’Anno”, giunto alla sua seconda edizione. Il riconoscimento celebra i professionisti che contribuiscono in modo significativo allo sviluppo internazionale delle imprese italiane.

Nell’edizione 2026 sono stati premiati:

Francesco Bossoni, Amministratore unico di Vendom Srl - società specializzata nel favorire l’internazionalizzazione di piccole e medie imprese - per la valorizzazione del ruolo dell’export manager nei processi di vendita B2B complessi con il supporto a Sala Srl, pmi a carattere familiare leader internazionale nella produzione di macchine utensili per la tornitura. Obiettivo raggiunto: l’affermazione di un nuovo modello ancora non presente sul mercato, ma capace di racchiudere tutto il know how già maturato da Sala con il prodotto fino a quel momento di punta.

Annalisa Surini, Sales & Export Consultant di MULTI (società fondata nel Bergamasco, partner di pmi e grandi imprese nella consulenza strategica e organizzativa per rafforzare la presenza nei mercati globali) per l’espansione sui mercati esteri di OTIM S.r.l. azienda a conduzione familiare specializzata nella lavorazione a freddo della lamiera. Da una base clienti inizialmente concentrata nel Nord Italia, con la consulenza di MULTI attraverso il ruolo primario di Annalisa Surini (anche nella formazione e valorizzazione di un team di giovani risorse), OTIM ha, nel corso degli anni, consolidato la presenza su diversi mercati esteri aprendo canali di vendita strutturati.

IMIT è l’Associazione che rappresenta manager e professionisti esperti in export management e in progetti di internazionalizzazione. IMIT, attraverso il riconoscimento della professionalità legate all’export e all’internazionalizzazione, intende promuovere la cultura dell’internazionalizzazione presso il sistema imprenditoriale italiano. IMIT aderisce a ConfCom Confcommercio attraverso Confcommercio Professioni.

Milano, 6 maggio 2026

IMIT, corso Venezia 47 (Confcommercio Milano) tel. 027750320 info@assimit.it

Ufficio stampa Confcommercio Milano Lodi Monza Brianza tel. 027750222 relazioni.esterne@unione.milano.it