



Mercoledì 14 Ottobre 2026

Conoscere un mercato prima di sceglierlo

L'editoriale del Presidente di Assocamerestero, Mario Pozza.

Per un'impresa che guarda all'estero, la scelta del mercato dovrebbe tener conto di numerosi fattori, e quindi non guardare unicamente all'esistenza o meno di una domanda per i propri prodotti.

È fondamentale, soprattutto in un'epoca come la nostra, in cui i cambiamenti avvengono in modo repentino e spesso anche inaspettato, poter acquisire in tempo reale informazioni sui trend di crescita, sugli investimenti del Paese all'estero e di quelli che vengono fatti nel Paese, sulle condizioni che possono rendere sostenibile una presenza dell'impresa nel tempo.

L'Europa oggi continua ad essere il mercato di destinazione principale del nostro export e lo è per molti motivi: la grandezza delle imprese italiane, le tipologie di merci esportate, la normativa comune, la stabilità finanziaria, la prossimità geografica, basi culturali condivise, per citarne alcuni.

Ciò nondimeno i mercati extra Ue crescono del 6,6% rispetto a quelli Ue, il cui incremento è pari al 2,7%.

Questo fa pensare ad una maggiore propensione delle nostre imprese a guardare oltre, a valutare nuove destinazioni per il proprio export, come già il nostro Governo ci esorta, anche per dare più possibilità all'export.

La conoscenza del territorio diventa così un fattore competitivo. Questo vale tanto per i mercati più lontani quanto per quelli europei, dove la vicinanza geografica non elimina la necessità di conoscere bene il contesto in cui si opera.

Le Camere di Commercio Italiane all'Estero possono svolgere un ruolo importante proprio in questa fase: aiutare un'impresa a capire se un'opportunità è reale, trovare gli interlocutori giusti, orientarsi nelle regole locali e costruire una relazione prima ancora di decidere un investimento.

Non significa soltanto accompagnare le imprese dove già sappiamo che esiste una domanda. Significa anche aiutarle a capire dove quella domanda può essere intercettata, con quali prodotti, attraverso quali partner e con quale percorso.



È un approccio che considero particolarmente importante in una fase in cui l'export italiano continua a crescere, ma il contesto internazionale è diventato più selettivo. L'obiettivo dei 700 miliardi di euro di esportazioni entro il 2027 è ambizioso, ma possibile. Per raggiungerlo, però, non basta aumentare il numero dei mercati in cui siamo presenti. Dobbiamo aumentare la qualità delle scelte che le nostre imprese fanno all'estero.

Internazionalizzarsi, in fondo, non significa essere presenti dappertutto. Significa scegliere con attenzione dove essere presenti, capire come entrare in quel mercato e avere accanto qualcuno che quel mercato lo conosca abbastanza bene da aiutare l'impresa a distinguere un'opportunità reale da una semplice promessa.

Ultima modifica: Mercoledì 14 Ottobre 2026

Condividi

Reti Sociali

ARGOMENTI

Source URL: <https://www.assocamerestero.com/notizie/conoscere-un-mercato-prima-sceglierlo>