

Accordo per la realizzazione di un percorso di eventi digitali destinati a rappresentare il punto di riferimento per il rilancio delle eccellenze italiane: primo appuntamento in programma dal 6 all'8 ottobre 2020

economia e informazione Partnership internazionale

## **Gruppo 24 Ore e FT, alleanza per sostenere il Made in Italy**

L.Or.



gangiskhan &#45; stock&#46;adobe&#46;comOpening. Nell'evento di apertura parteciperanno figure istituzionali, top manager di aziende ed esponenti dei settori più rappresentativi del made in Italy per un'analisi dello stato dell'arte, dalle azioni poste in essere e ancora da attivare e delle prospettive per la ripartenza

Allora, mentre ogni mercato crollava, un rapido recupero pareva francamente irrealistico. Troppi davvero quei 78 miliardi di euro che l'export italiano si era visto sottrarre nel solo 2009 dalla crisi Lehman Brothers.

E invece no. Complice la ripresa globale le merci italiane hanno saputo ritrovare commesse e contratti: già nel 2011, a soli due anni dal crack, il gap di vendite era stato interamente ricucito. Percorso di crescita che per la verità da allora non si è mai interrotto, spingendo le vendite internazionali di prodotti italiani al nuovo massimo storico di 476 miliardi di euro, 107 in più rispetto al picco pre-crisi del 2008.

Accadrà ancora? Un risposta affermativa è oggi quanto mai cruciale. Perché la caduta del commercio internazionale indotta dal Covid spinge ovunque verso il basso i volumi e l'Italia non fa eccezione. Nei primi quattro mesi del 2020, solo in parte impattati dall'emergenza, l'export tricolore lascia sul campo l'11,8%, in valore assoluto 18 miliardi di euro. Gap che si allarga ancora di altri 6,5 miliardi a maggio, tenendo conto dei soli mercati extra-UE (gli unici dati noti in attesa dell'Europa), crollati del 31% rispetto all'anno precedente. Quadro cupo, che tuttavia in parte si rasserenava guardando appunto alla storia recente, alla capacità delle nostre aziende di ripartire e trovare nuovamente la strada della crescita oltreconfine.

Ripresa sui mercati internazionali che è alla base dell'accordo di partnership tra Sole 24 Ore e Financial Times, intesa per la realizzazione di un percorso di eventi digitali destinati a rappresentare il punto di riferimento per il rilancio e la ripartenza nel mondo delle