

Mint Solutions	Data: 15 aprile 2026
Testata: Adnkronos	Link



Made in Italy: qualità prodotti ma anche competitività imprese guidano brand tra più apprezzati al mondo



Il Made in Italy continua a rappresentare uno dei marchi più riconoscibili e apprezzati al mondo, ma la sua forza oggi si gioca su un terreno più complesso rispetto al passato. La Giornata nazionale del Made in Italy, che si celebra oggi, è un'occasione per riaffermare come il valore distintivo del sistema produttivo italiano non sia più legato soltanto alla qualità dei prodotti, ma alla capacità delle imprese di evolvere, strutturarsi e competere in un contesto globale sempre più articolato. A rimarcarlo è lo studio 'Made in Italy: il valore di un'identità e la forza delle competenze', realizzato da Tp Infinity per Made in Italy Community, secondo il quale il Made in Italy è associato soprattutto a qualità artigianale (44%) ed eccellenza produttiva, mentre all'estero domina un'immagine aspirazionale legata al lusso (24%) e allo stile di vita.

Roberto Santori, Ceo Made in Italy Community, commenta così i dati: “Per rendere davvero competitivo oggi il Made in Italy bisogna sempre più guardare alla capacità di integrare competenze, tecnologia e relazioni economiche. Il vero vantaggio competitivo del nostro Paese sta nella competenza delle persone, nel talento manifatturiero e nel sapere artigianale che diventa industria. Oggi non competono più soltanto le aziende da sole, ma competono gli ecosistemi e i sistemi Paese. Per questo è necessario fare sistema: mettere in relazione imprese, istituzioni e ricerca, rafforzare il dialogo tra tutti gli attori e costruire una visione comune di

medio-lungo periodo. Il valore del Made in Italy nasce dalle connessioni tra i talenti, e la sfida è trasformare questa energia diffusa in un sistema capace non solo di competere, ma di fare scuola nel mondo”.

Una visione condivisa da Michela Pancaldi, ceo di Tecnocupole Pancaldi, azienda familiare bolognese con 60 anni di storia e una leadership nazionale nella realizzazione e manutenzione di sistemi di illuminazione, ventilazione ed evacuazione naturale di fumo e calore. “Il Made in Italy - spiega - continua a essere un asset competitivo straordinario, ma oggi più che mai richiede una visione collettiva. Fare rete tra imprese, territori e competenze significa rafforzare filiere di prossimità capaci di garantire qualità, sicurezza e continuità operativa, anche in una instabilità geopolitica forte oggi più che mai. La produzione locale non è solo una scelta identitaria, ma una leva strategica: ecco perché noi abbiamo deciso di aprire il nostro stabilimento Industria 5.0 anche a produzione di terzi”.

Tuttavia, il vero rischio per le imprese italiane è la perdita di riconoscimento. Sempre secondo lo studio di Tp Infinity per Made in Italy Community, se in Italia l'86% dei consumatori sceglie prodotti nazionali, sui mercati internazionali il 45% dichiara di aver acquistato almeno una volta un falso Made in Italy e il 28% di averlo persino preferito all'originale. Il fenomeno dell'Italian sounding si conferma quindi diffuso e, in alcuni casi, competitivo rispetto all'autentico, con oltre un consumatore straniero su quattro che sceglie prodotti imitativi. Un dato che evidenzia come il valore del brand sia ancora fortissimo, ma non sufficientemente distinto e protetto a livello globale.

“La tutela legale del Made in Italy - evidenzia Francesca La Rocca Sena, partner dello studio legale Sena&Partners - non è più solo una questione di origine e segni distintivi del prodotto, ma di salvaguardia di filiere, know-how e identità industriale. Oggi che l'intelligenza artificiale riesce a replicare forme, stili e contenuti, il presidio giuridico diventa essenziale per garantire autenticità e valore lungo tutta la catena: una sfida che richiede a tutti competenze trasversali e una visione sempre più internazionale”. Il ruolo delle nuove generazioni sarà decisivo: investire sui giovani, sulla trasmissione delle competenze e su una comunicazione più contemporanea diventa fondamentale per rafforzare identità e consapevolezza. È su questo equilibrio tra tradizione e innovazione che si gioca il futuro del Made in Italy, rendendolo sempre più riconoscibile, autentico e competitivo.

A partire da questa capacità di tenere insieme tradizione e innovazione si inseriscono anche esperienze imprenditoriali che reinterpretano saperi storici in chiave contemporanea, trasformandoli in soluzioni concrete e sostenibili. “Il Made in Italy - osserva Alessandro Azzoni, fondatore di Prometeo Stufe - ha una forza unica: saper recuperare e attualizzare sapienze antiche, trasformandole in soluzioni contemporanee. Non riguarda solo la moda o il design, ma anche mestieri come il nostro, dove la conoscenza dei giri di fumo nelle stufe e nei camini ad accumulo in maiolica rappresenta un patrimonio tecnico e culturale prezioso. È proprio da questa tradizione che nasce un modo diverso di riscaldare le case, più efficiente e sostenibile. Un ritorno alle origini che, sorprendentemente, genera oggi benefici ambientali ed economici concreti per chi lo sceglie”.

Su un piano diverso ma complementare, emerge con forza anche il tema della struttura d'impresa. La capacità di crescere, attrarre capitali e affrontare mercati sempre più concentrati diventa determinante. “Oggi parlare di Made in Italy in termini competitivi significa spostare l'attenzione dalla qualità del prodotto alla struttura dell'impresa”, dice Nicola Cassinelli, socio fondatore di Cassinelli Studio Legale.

"Molte aziende italiane - prosegue - eccellono sul piano industriale, ma restano fragili sotto il profilo organizzativo e patrimoniale. Il vero tema è la capacità di crescere: aprirsi a capitali esterni, strutturare la governance e affrontare percorsi di aggregazione. In questo contesto, strumenti come holding di partecipazione, operazioni di M&A, joint venture e patti parasociali ben costruiti diventano centrali per regolare i rapporti tra soci e gestire l'ingresso di investitori. A questi si affiancano operazioni di riorganizzazione societaria, anche tramite conferimenti e scissioni, e una pianificazione fiscale coerente, che consenta di sostenere la crescita senza generare inefficienze. Sempre più spesso, inoltre, il tema è costruire strutture che rendano l'impresa 'investibile', cioè in grado di affrontare una due diligence e di dialogare con capitali istituzionali. Senza questo passaggio, anche realtà molto solide rischiano di restare troppo piccole per competere in mercati sempre più concentrati".

Una visione condivisa anche sul fronte economico e finanziario. Raffale Di Capua, dottore commercialista e revisore legale, fondatore dello studio Di Capua & Partners, sottolinea come "il Made in Italy non è un'eredità da celebrare una volta l'anno, ma un vantaggio competitivo da rendere contemporaneo ogni giorno". "La qualità, da sola, non basta più: deve essere sostenuta - avverte - da imprese più patrimonializzate, meglio governate, più innovative e capaci di affrontare mercati, tecnologie e ricambi generazionali senza perdere identità. Oggi la vera sfida è trasformare l'eccellenza italiana in forza organizzata, capace di attrarre competenze, capitali e alleanze industriali. Il futuro del Made in Italy si giocherà meno sulla retorica delle origini e più sulla capacità di costruire imprese solide, scalabili e durevoli. Perché il talento ci distingue, ma è la struttura che lo rende competitivo nel tempo".

Una riflessione che si estende anche al piano delle politiche industriali e delle condizioni sistemiche necessarie per sostenere la competitività delle imprese nel lungo periodo. "La tutela e soprattutto lo sviluppo del Made in Italy - osserva Alessandro Da Re, Founding Partner di Mint Solutions - richiede innanzitutto poche e chiare scelte di politica industriale che devono necessariamente tradursi non solo in scelte agevolative, ma soprattutto in totale ed assoluta stabilità normativa pluriennale, che consenta alle nostre aziende di scegliere una direzione ed una programmazione, anche degli investimenti. Quanto agli strumenti: incentivi all'innovazione tecnologica, alla digitalizzazione e all'uso dell'Ai nonché alle aggregazioni, tracciabilità di prodotti e servizi e di tutte le filiere, rigorosa parità ed equità di condizioni tra operatori italiani e stranieri con competizione al rialzo, norme chiare e condivise su sicurezza, ambiente e qualità, per garantire condizioni di competizione più eque, posizionamento, e non solo per i beni di lusso o l'alimentare, nella fascia 'alta'".

La capacità di gestire la complessità normativa diventa un fattore sempre più rilevante, soprattutto per le imprese che operano su scala internazionale. Antonino Caccamo, Cto e co-founder di A-Cube, sottolinea: "In un contesto in cui la normativa fiscale evolve con crescente rapidità e differenziazione tra Paesi, la competitività delle imprese dipende sempre più dalla capacità di integrare la compliance nei propri processi in modo strutturato e scalabile. La gestione degli adempimenti richiede soluzioni tecnologiche in grado di coniugare automazione, interoperabilità e aggiornamento continuo, garantendo al tempo stesso continuità operativa. In questo quadro, infrastrutture digitali basate su Api consentono di connettere sistemi aziendali e piattaforme pubbliche, semplificando la gestione della compliance anche in contesti internazionali complessi. La compliance fiscale si configura così come una componente integrata dei sistemi aziendali, capace di accompagnare la crescita e l'espansione internazionale".

In questo contesto, la competitività si costruisce anche nella capacità delle imprese di leggere in modo consapevole i propri processi e il contesto in cui operano. L'adozione di nuove

tecnologie rappresenta una leva decisiva, ma solo quando è accompagnata da una chiara comprensione delle dinamiche interne. "L'la e le nuove tecnologie - commenta Daniele Arduini, co-founder e ceo di Kampaay, tech company innovativa nel settore degli eventi corporate - cambieranno tutto, ma la competitività non sarà di chi sceglie il software più avanzato. Sarà di chi ha la consapevolezza di dove e come applicarlo. Vediamo ancora troppi sprechi e inefficienze nascoste, soprattutto nella spesa eventi, figlie di abitudini che nessuno mette più in discussione. Il vero vantaggio competitivo oggi è la consapevolezza: prima si guarda ai processi, poi si attiva la tecnologia".

Allo stesso tempo, il potenziale innovativo può essere amplificato o limitato dalle condizioni del contesto in cui le imprese si trovano a operare. "Quando hai un'idea, la sviluppi, la porti sul mercato - dice Alberto Stecca, ceo e co-fondatore di Silla Industries, azienda che progetta e produce dispositivi tecnologici evoluti per la ricarica dei veicoli elettrici - e poi scopri che un competitor europeo ha pagato l'energia la metà, ha ricevuto incentivi certi per tre anni e ha impiegato la metà del tempo per ottenere le autorizzazioni necessarie si capisce subito che la sfida non è solo di capacità tecnologica e di inventiva. Le imprese italiane sono straordinariamente capaci di innovare ma operano in un contesto che spesso lavora contro di loro. Costi energetici fuori scala, incentivi discontinui che cambiano le regole a partita iniziata e un apparato burocratico che consuma risorse preziose. Le imprese italiane sono straordinarie e il Made in Italy ha un valore immenso che potrebbe brillare ulteriormente, solo però alle stesse condizioni di chi compete con noi. Il Made in Italy merita delle condizioni e un campo da gioco degne del proprio livello".

In risposta a queste complessità, si rafforza anche l'evoluzione dei modelli produttivi, sempre più orientati alla collaborazione e all'efficienza delle risorse. In questo quadro, la sostenibilità si afferma come leva industriale e non solo reputazionale. "L'economia circolare si configura sempre più come una leva strutturale per la competitività delle imprese, poiché consente di ottimizzare l'uso delle risorse e di ridurre la dipendenza da materie prime critiche", dichiara Giuliano Maddalena, direttore di Safe, sistema di consorzi per le economie circolari.

"In questo contesto, la collaborazione lungo le filiere contribuisce a generare efficienze operative e ad aprire nuove opportunità di innovazione, rafforzando al tempo stesso la resilienza del sistema industriale. Le recenti iniziative europee, tra cui il Clean Industrial Deal, si muovono in questa direzione, riconoscendo il ruolo della circolarità nel sostenere la base produttiva. Ne emerge un modello in cui sostenibilità e competitività tendono progressivamente a convergere, delineando una transizione che è al contempo ambientale ed economica", conclude.



Rassegna Stampa