



Iran, Allianz Trade: nonostante il conflitto oltre 7 aziende su 10 si aspettano crescita delle esportazioni nel 2026

Descrizione

(Adnkronos) - Secondo Global Survey Allianz Trade 2026, il conflitto in Medio Oriente non ha fatto deragliare le aspettative di crescita delle esportazioni ma ha rimescolato la mappa dei rischi dopo un anno di guerra commerciale. L'indagine è stata condotta coinvolgendo 6.000 aziende in 13 mercati differenti, in due fasi tra febbraio e marzo 2026, valutando l'impatto del conflitto sulle aspettative delle imprese in merito a esportazioni, commercio globale e catene di approvvigionamento.

La Global Survey di Allianz Trade rivela che il 75% degli esportatori continua ad aspettarsi una crescita positiva delle esportazioni nel 2026. L'impatto del conflitto in Medio Oriente sembra moderato, ancor più se confrontato con lo shock tariffario del 2025, quando le aspettative sono crollate di 40 punti percentuali. Tuttavia, questo ottimismo rimane fragile e potrebbe svanire rapidamente se il conflitto si dovesse protrarre. In realtà, le aziende vietnamite, statunitensi e spagnole hanno tutte perso più di 10 punti percentuali di fiducia a causa del conflitto, mentre, le imprese cinesi hanno perso 9 punti percentuali, spiega Aylin Somersan Coqui, Ceo di Allianz Trade.

Il conflitto ha spinto il rischio geopolitico e politico al primo posto tra le minacce globali per il 65% delle aziende, superando la complessità e la concentrazione delle catene di approvvigionamento (45%), che erano la principale preoccupazione nel 2025 durante la guerra commerciale. Le problematiche legate all'offerta, come il fallimento dei fornitori e la carenza di input, sono salite al secondo posto (57%). Tuttavia, meno di un quarto delle aziende è preoccupato per gli effetti a catena del conflitto su energia e trasporti marittimi: o le imprese sono fiduciose nei propri meccanismi di adattamento, oppure si aspettano che il conflitto sia di breve durata, conclude Somersan Coqui.

Nonostante questa fiducia resiliente, il conflitto in Medio Oriente sta irrigidendo le condizioni del finanziamento commerciale. I tempi di pagamento si stanno allungando e la quota di aziende pagate entro 30 giorni è scesa dal 10% al 7%, dall'inizio del conflitto, mentre, quella di chi attende oltre 70 giorni è aumentata dal 15% al 24%. Guardando al futuro, il 43% delle aziende prevede un ulteriore deterioramento delle condizioni di pagamento (+5 punti percentuali rispetto al periodo pre-conflitto).

Anche il rischio di mancato pagamento è peggiorato: la quota di imprese che si aspettano un rischio più elevato è salita al 40% (+6 punti percentuali rispetto al periodo pre-conflitto). I settori farmaceutico, delle costruzioni e dell'informatica/telecomunicazioni risultano i più esposti, mentre le aziende di maggiori dimensioni affrontano cicli di pagamento sproporzionatamente lunghi.

Dall'inizio della guerra commerciale nel 2025, le imprese hanno implementato strategie di mitigazione per adattarsi al nuovo contesto. Quelle con catene di approvvigionamento lunghe sono state le più reattive e particolarmente inclini a rivolgersi a nuovi fornitori e a reindirizzare i flussi rispetto al campione complessivo.

I meccanismi di adattamento più comuni sono stati l'aumento delle scorte e la diversificazione verso nuovi mercati (64% ciascuno), così come l'approvvigionamento da nuovi fornitori (63%), indicando uno sforzo diffuso per ridurre i rischi sia sul lato della domanda sia su quello dell'offerta. Segue il reindirizzamento attraverso mercati terzi (57%), a conferma del fatto che le imprese stanno adattando anche la logistica per aggirare le frizioni commerciali.

Dall'inizio del conflitto in Medio Oriente, il 53% delle imprese sta cercando rotte di spedizione o vettori alternativi, con oltre il 60% a Singapore, Italia, Emirati Arabi Uniti e Polonia. La seconda strategia più diffusa (52%) consiste nel lavorare con broker doganali per accelerare le operazioni di sdoganamento, con oltre il 60% in Italia, Germania, Cina e Regno Unito. La terza è l'adattamento dei tempi di consegna per il 50% delle imprese, principalmente in Vietnam, Regno Unito, Singapore, Francia e Italia. Al contrario, le modifiche agli Incoterms (36%) restano più limitate, suggerendo che gli adeguamenti contrattuali seguono quelli operativi, afferma Anu Kuhanathan, Head of Corporate Research di Allianz Trade.

Inoltre, la crisi in Medio Oriente non ha compromesso le prospettive delle aziende riguardo al reshoring globale: il 72% degli esportatori prevede almeno di proseguire allo stesso ritmo. Tuttavia, i principali vincoli al reshoring restano concentrati su problematiche legate ai fornitori, come la mancanza di accesso o di fornitori nazionali di alta qualità (circa 83%), seguiti dai costi di produzione (67%) e dalla mancanza di incentivi fiscali o sussidi (61%).

Catene di approvvigionamento più complesse stanno spingendo le imprese a porre la resilienza al centro delle proprie strategie di investimento, dando priorità al consolidamento dei mercati, a nuove rotte commerciali e alla costruzione di strutture all'estero. La guerra commerciale ha ridotto l'attrattiva degli Stati Uniti per gli esportatori: solo il 13% li considera un mercato in crescita. Nel contesto della riconfigurazione delle catene di approvvigionamento e dei recenti accordi di libero scambio, Europa e Asia sono prioritarie per la crescita futura, poiché le imprese cercano sempre più stabilità e apertura dei mercati.

L'interesse per l'Europa come destinazione delle esportazioni è cresciuto in modo generalizzato, con gli esportatori di Singapore (+10 punti percentuali rispetto al 2025) e degli Stati Uniti (+9 punti percentuali rispetto al 2025) che mostrano un aumento più marcato dell'interesse. L'Asia rimane complessivamente la destinazione offshore preferita, anche se l'attrattiva degli investimenti in Cina è crollata: solo il 23% delle imprese (-30 punti percentuali rispetto al 2025)

prevede di aumentare la propria presenza, anche se solo il 10% sta pianificando attivamente di uscire.

Le opportunità di crescita sono rafforzate da una nuova ondata di accordi commerciali: il 93% delle imprese prevede di espandersi sfruttando i recenti accordi di libero scambio, come India-UE e MERCOSUR-UE, con India, Brasile, Vietnam e Francia che emergono come mercati prioritari. Tuttavia, il pieno potenziale di questi accordi resta limitato: le barriere non tariffarie, in particolare i requisiti di licenza e certificazione, continuano a rappresentare il principale ostacolo che impedisce alle imprese di trasformare l'accesso agli accordi commerciali in una reale crescita delle esportazioni, conclude Ana Boata, Head of Economic Research di Allianz Trade.

?

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Aprile 8, 2026

Autore

redazione

default watermark