

Mercoledì 4 Novembre 2026
Notizie mercati esteri [1]

Tariffe, strategia e competitività: come avere successo nella nuova normalità del commercio internazionale

Negli ultimi mesi le notizie hanno dedicato ampio spazio alle **nuove tariffe introdotte dagli Stati Uniti** e alle possibili conseguenze per le imprese esportatrici. Considerare però questi sviluppi come un fenomeno eccezionale sarebbe un errore, specialmente considerando che le tariffe hanno sempre fatto parte delle politiche internazionali degli Stati Uniti.

Ciò che è cambiato non è la loro esistenza, ma la loro portata, la velocità con cui vengono introdotte e modificate e il ruolo sempre più centrale che svolgono nella **politica economica**. Oggi i dazi non incidono soltanto sul prezzo finale di un prodotto, ma influenzano investimenti, **supply chain**, pianificazione finanziaria, logistica e strategie commerciali. Le aziende si trovano quindi a operare in un contesto molto più dinamico rispetto al passato, caratterizzato da continui cambiamenti normativi e da una crescente complessità gestionale.

Andamento delle esportazioni italiane verso gli USA: i dati ISTAT 2025

Nello scenario del commercio transatlantico, la disponibilità di **informazioni tempestive, affidabili e bilanciate** diventa un elemento essenziale per le imprese. Non stiamo assistendo a una riduzione degli scambi internazionali, ma a una loro trasformazione strutturale. Lo dimostra il fatto che, secondo i **dati ISTAT**, nel 2025 le **esportazioni italiane verso gli Stati Uniti sono cresciute del 7,2%**, confermando la solidità delle relazioni economiche tra i due Paesi nonostante il mutato contesto tariffario.

Vantaggio competitivo e resilienza: il passaggio da una logica di "reaction" a "planning"

Nel nuovo scenario competitivo globale, le aziende esportatrici che avranno successo non saranno necessariamente quelle meno colpite dalle tariffe, bensì quelle capaci di **adattarsi più rapidamente**. Il vantaggio competitivo nasce dalla capacità di passare da una logica di *reaction* a una logica di *planning*, in cui le imprese

sono chiamate a comprendere con precisione la propria esposizione tariffaria, a valutare scenari alternativi e ad adottare una **visione olistica** che integri logistica, compliance, procurement, finanza e strategia commerciale. In molti casi diventa necessario creare **team dedicati** alla gestione delle problematiche legate al commercio internazionale, trasformando una fonte di complessità in un'opportunità di miglioramento organizzativo.

Strumenti doganali e strategie di tariff mitigation per gli esportatori

Sul piano operativo delle esportazioni verso gli Stati Uniti, la **preparazione doganale** assume un ruolo centrale. Le aziende devono verificare la corretta classificazione delle merci, confermare l'origine dei prodotti, effettuare un'accurata *customs valuation*, analizzare le esclusioni disponibili e valutare strumenti come il *first sale doctrine* o i *buying agency arrangements*. Le tariffe non dovrebbero infatti essere considerate un costo fisso e inevitabile: la normativa doganale statunitense offre diversi strumenti che consentono di strutturare transazioni, supply chain e modelli operativi in maniera più efficiente.

Tuttavia, qualsiasi attività di *tariff mitigation* deve essere accompagnata da una **rigorosa compliance**. Trasparenza, accuratezza delle informazioni e documentazione adeguata sono oggi elementi essenziali per ridurre il rischio operativo e mantenere un accesso stabile al mercato.

Quadro normativo USA: limitazioni IEEPA, Section 122 e Section 301

La recente evoluzione normativa del commercio estero americano riflette chiaramente la necessità di una gestione rigorosa della compliance. Dopo la decisione della Corte Suprema che ha limitato l'utilizzo dell'**International Emergency Economic Powers Act (IEEPA)** come base per l'imposizione generalizzata di tariffe, l'amministrazione statunitense ha fatto ricorso ad altri strumenti previsti dalla legislazione commerciale americana.

Tra questi vi è la **Section 122 del Trade Act del 1974**, che ha consentito l'introduzione temporanea di una **tariffa generalizzata del 10% come misura ponte**. Parallelamente, la **Section 301 del Trade Act del 1974** è diventata uno dei principali strumenti per l'adozione di nuove misure commerciali, consentendo all'**Office of the United States Trade Representative** di avviare indagini e imporre restrizioni commerciali in presenza di pratiche considerate discriminatorie o dannose per gli interessi statunitensi.

Tracciabilità, sostenibilità e governance aziendale come leve strategiche

L'applicazione di misure restrittive e indagini commerciali evidenzia come le politiche tariffarie possano rappresentare anche un'opportunità per le imprese. La crescente attenzione verso l'**origine delle merci**, la **tracciabilità delle filiere** e la documentazione dei processi produttivi potrebbe spingere molte aziende a rafforzare i propri sistemi di governance e controllo. Sebbene sia ancora presto per valutarne pienamente gli effetti, questa evoluzione potrebbe favorire modelli di business più trasparenti, sostenibili ed eticamente responsabili. Le imprese che investono oggi nella conoscenza delle proprie supply chain saranno probabilmente quelle meglio posizionate per rispondere alle future richieste di regolatori, partner commerciali e investitori.

Relazioni commerciali UE-USA e il ruolo del Regulation (EU) 2026/1455

Nel contesto delle relazioni transatlantiche, è importante ricordare che l'Europa beneficia di un quadro di cooperazione con gli Stati Uniti definito dall'**accordo commerciale UE-USA** e dal **Regulation (EU) 2026/1455**, che introduce meccanismi di salvaguardia in caso di mancata applicazione degli impegni assunti dalle parti. Questo contribuisce a garantire una maggiore prevedibilità alle imprese europee che esportano negli Stati Uniti.

In definitiva, la questione non è se le tariffe scompariranno: tutto lascia pensare che continueranno a essere una componente strutturale del commercio internazionale. La vera differenza sarà fatta dalla capacità delle aziende di adattarsi, pianificare e trasformare la complessità in un **vantaggio competitivo duraturo**.

Il network camerale a supporto delle imprese: il comitato Trade & Tariffs

Per supportare concretamente il tessuto imprenditoriale in questo percorso di adattamento, la **Italy-America Chamber of Commerce**, insieme all'**American Chamber of Commerce in Italy**, si è impegnata nella

realizzazione di un **comitato on Trade & Tariffs** con una cabina di regia composta da importanti attori, quali J.P. Morgan, Intesa Sanpaolo, FedEx, KPMG, Deloitte, GDLSK, con l'obiettivo ultimo di proporre eventi e iniziative che possano garantire un costante aggiornamento sulla situazione, insieme a consigli e metodologie per mitigare l'effetto tariffs. Si veda per esempio l'ultimo evento tenutosi a Milano, lo scorso 2 ottobre. I lavori del comitato proseguiranno anche per l'anno 2026-2027.

Ultima modifica: Mercoledì 4 Novembre 2026

Condividi

Reti Sociali

ARGOMENTI

Informazione economica [2]

Source URL: https://www.assocamerestero.it/notizie/tariffe-strategia-competitivita-come-avere-successo-nella-nuova-normalita-del-commercio

Collegamenti
[1] https://www.assocamerestero.it/notizie/%3Ffield_notizia_categoria_tid%3D1122
[2] https://www.assocamerestero.it/ricerca-per-argomenti/%3Ftid%3D1266