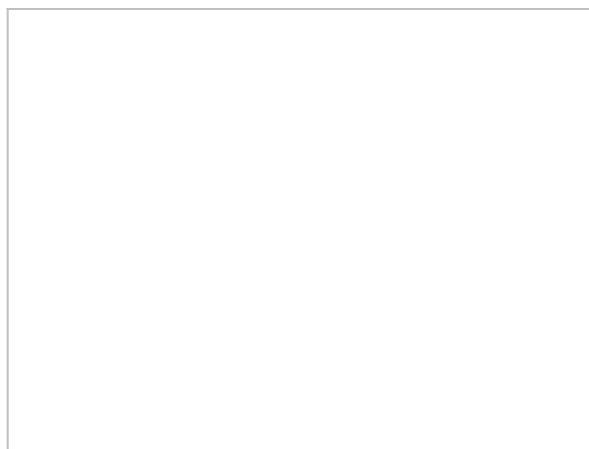


Esportare La Dolce Vita

ESPORTARE LA DOLCE VITA

Il Bello e Ben Fatto (BBF) italiano nei nuovi mercati



Quali prospettive di sviluppo ci sono per i prodotti belli e ben fatti (BBF) italiani nei diversi mercati? Dove si registrerà il maggiore dinamismo? Nelle economie emergenti si potrà contare su dimensioni di mercato crescenti?

A queste e tante altre domande ha cercato di rispondere il nuovo Rapporto **Esportare la dolce vita**, realizzato dal Centro Studi di Confindustria in collaborazione con Prometeia e con l'attiva partecipazione delle più importanti associazioni italiane rappresentative del Bello e Ben Fatto tra cui anche FederlegnoArredo. Un Rapporto che, come

ogni anno, ha l'obiettivo di approfondire la conoscenza del mercato dei prodotti di alta qualità, mostrandone potenzialità e possibili incognite.

Esportare la dolce vita quest'anno si focalizza sui mercati emergenti e sviluppa previsioni a 5 anni dell'import di prodotti italiani da parte di trenta mercati.

Nel 2017 le importazioni di prodotti BBF provenienti dall'Italia valevano per le sole economie emergenti oltre 10 miliardi di euro. È un ordine di grandezza superiore a quanto, ad esempio, realizzato dal BBF italiano in Francia o negli Stati Uniti, storicamente i primi due mercati di assorbimento per le produzioni italiane di qualità. Ma le previsioni presentate in questo Rapporto raccontano che in vista c'è molto di più.

Nel Rapporto si elaborano gli elementi di analisi necessari per costruire soluzioni ragionate, rispondendo alle seguenti domande:

- Quali sono a livello mondiale i mercati emergenti ossia i mercati che presentano già (o sono prossimi a raggiungere) dimensioni consistenti in termini di assorbimento di BBF e che contemporaneamente sono disposti a pagare prezzi adeguati per avere questi prodotti di qualità? Qual è il potere di mercato attuale dell'Italia nei primi cinque tra questi mercati?
- Qual è il potenziale al 2023 di ognuno dei trenta mercati emergenti per ogni settore? In quali paesi c'è maggiore possibilità per l'Italia di ampliare le quote di mercato? Con quali effetti?
- L'evoluzione delle politiche commerciali nei principali paesi dell'America centro-meridionale (Argentina, Brasile, Messico, Cile, Colombia) potrebbe sbloccare il potenziale in paesi che finora non hanno avuto la possibilità di accedere ai prodotti BBF a causa delle barriere commerciali?

