Esportare La Dolce Vita

ESPORTARE LA DOLCE VITA

La potenziale dei beni finali di consumo belli e ben fatti sui mercati esteri

Il **bello e ben fatto** (BBF) racchiude in sé tutti quei beni che rappresentano l'eccellenza italiana in termini di design, cura, qualità dei materiali e delle lavorazioni. **Vale 86 miliardi di euro e rappresenta il 15,6 per cento delle esportazioni complessive dell'Italia** ed è trasversale a tutti i principali comparti dal *made in Italy*.

Le eccellenze italiane si dirigono prevalentemente verso i mercati avanzati, che insieme ne assorbono circa i tre quarti, corrispondenti a poco meno di 70 miliardi di

euro. Il restante quarto viene esportato verso i paesi emergenti, che per il loro dinamismo (sia sul piano demografico che su quello economico), e nonostante il loro peso ancora limitato, offrono margini di crescita relativamente maggiori, a fronte comunque di rischi più elevati, ma in **prospettiva esiste un ulteriore potenziale di quasi 45 miliardi di euro**.

L'analisi contenuta nel Rapporto consente di ottenere una misura del potenziale di mercato dell'Italia nell'ambito del BBF, rispetto alla quale valutare il margine di miglioramento delle posizioni fin qui acquisite. Il potenziale è calcolato valutando il possibile ampliamento delle attuali quote nei confronti di quei concorrenti che, per struttura dei costi di produzione e qualità dei prodotti esportati, hanno caratteristiche simili a quelle dell'Italia.

Quali sono i mercati su cui puntare? La realizzazione del potenziale passa attraverso la penetrazione commerciale nei paesi e comparti dove i margini di crescita sono maggiori. Si tratta di partite giocate in campi diversi e con avversari che di volta in volta cambiano a seconda delle aree geografiche e dei settori da presidiare. L'idea di questo Rapporto è proprio quella di offrire un quadro su quali siano quelle che valga la pena affrontare, e il tipo di concorrenza con cui è necessario misurarsi.