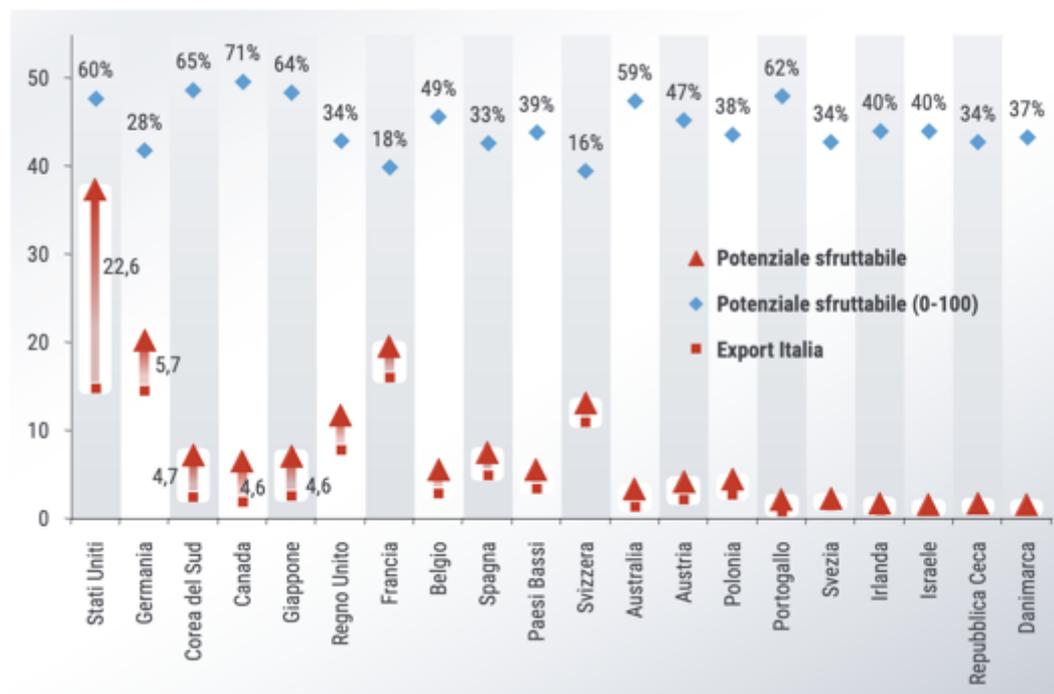


UN'ANALISI DI CONFINDUSTRIA

# Bello e ben fatto: la mappa dei mercati dove l'Italia potrebbe fare di più

08 June 2023



Il **Centro Studi Confindustria** ha pubblicato il 12esimo rapporto "Esportare la dolce vita - Bello e ben fatto: il potenziale del made in Italy nel panorama internazionale". Ne emerge in primis che, tra i mercati avanzati, gli Stati Uniti sono l'area con il più alto potenziale in termini assoluti: qui si stimano 22,6 miliardi di euro di possibile export aggiuntivo di "bello e ben fatto" (Bbf) italiano, che identifica quei prodotti di elevata qualità e distribuiti in tutti i comparti produttivi, rappresentativi dell'eccellenza italiana in termini di design, cura nei dettagli, qualità dei materiali e delle lavorazioni.

I pilastri portanti del Bbf sono le 3F di Fashion, Food e Furniture, a cui si aggiungono la ceramica, la cosmetica, la nautica e l'industria automobilistica (711 categorie di prodotto, in totale). Per individuare i territori con possibili margini di crescita gli analisti hanno considerato i Paesi già esportatori in un dato territorio, con caratteristiche simili all'Italia ma con performance superiori.

Gli Stati Uniti (vedi grafico in alto) sono il mercato con il più alto potenziale in termini assoluti, 22,6 miliardi di euro di possibile export aggiuntivo, che dipende in larga parte dalla dimensione del mercato.

Un potenziale elevato è emerso anche in Germania, Giappone e Regno Unito che,

complessivamente, valgono 14,3 miliardi di euro di esportazioni possibili in più, oltre alle effettive, ottenibili in un'ottica di medio periodo. In evidenza pure la Corea del Sud, che mostra un potenziale sfruttabile del 65% (l'ampiezza del potenziale rispetto al massimo export teoricamente raggiungibile).

«In generale – osservano gli economisti - rimane vero che strutturalmente i margini di miglioramento sono più ampi nei Paesi in cui l'export italiano è tradizionalmente meno presente. Oltre che nei mercati avanzati asiatici, anche in Belgio (2,7 miliardi), Austria (2 miliardi) e Portogallo (1,3 miliardi), Paesi dell'Unione economica e monetaria dell'Unione europea, l'Italia potrebbe teoricamente esportare molto di più, così come si evince dai potenziali percentuali che indicano margini di miglioramento di poco inferiori o superiori al 50%».

Restando nell'ambito dei Paesi avanzati, ed entrando più nel dettaglio della moda in senso allargato, gli Usa risultano la principale area per potenziale ancora inespresso. Confindustria stima 5,1 miliardi di euro nel caso dell'abbigliamento e tessile casa, 2,3 miliardi per le calzature, 257 milioni per la pelletteria, 520 milioni per l'occhialeria.

Il secondo Paese dove si vedono più opportunità è la Corea del Sud: 1,8 miliardi di potenziale per l'abbigliamento e tessile casa, 285 milioni per le calzature, 213 milioni per la pelletteria.

La terza area dove si può fare di più è il Giappone, nelle categorie abbigliamento e tessile casa (1,8 miliardi) e pelletteria (208 miliardi). Le calzature hanno al terzo posto la Germania (280 milioni di export potenziale).

Per l'occhialeria il secondo mercato con più potenziale, dopo gli States, è il Paese del Sol Levante (90 milioni di euro), seguito dall'Australia (43 milioni).

I gioielli dovrebbero invece darsi più da fare in Regno Unito (496 milioni di euro), Svizzera (454 milioni) e Stati Uniti (391 milioni).

Spostando l'analisi ai mercati emergenti risultano volumi inferiori rispetto alle stime per gli avanzati, ma una notevole potenziale di crescita. I primi Paesi per potenziale di esportazioni di Bbf italiano sono la Cina e l'Arabia Saudita con rispettivamente 2,4 e 2,0 miliardi di euro.

Russia, Qatar ed Emirati Arabi Uniti hanno un potenziale che vale 4,3 miliardi di euro ma va ricordato che l'invasione russa dell'Ucraina ha costretto i Paesi Ue ad adottare misure straordinarie di embargo commerciale nei confronti della Federazione Russa.

Nel caso di abbigliamento e tessile casa e delle calzature la Federazione Russa è al primo posto per potenziale sfruttabile tra i mercati emergenti (603 e 231 milioni di euro rispettivamente). Secondi gli Emirati Arabi (223 e 121 milioni rispettivamente), terzo il Kazakistan (190 e 106 milioni).

Nella pelletteria il primo Paese emergente per potenziale sfruttabile è la Cina (104 milioni), seguita dall'Arabia Saudita (93 milioni) e dagli Emirati Arabi Uniti (58 milioni).

Nel caso dell'occhialeria, ci sono margini di espansione soprattutto in India (18 milioni), Brasile (10 milioni) e Vietnam (8 milioni).

Per quanto riguarda i gioielli al primo posto c'è la Cina (288 milioni), seguita da Qatar (81 milioni) e Repubblica Dominicana (54 milioni).

In sintesi, il segmento abbigliamento e tessile casa ha un potenziale di export sfruttabile nel mondo di 18,7 miliardi di euro. Solo la voce alimentare e bevande, fra tutte le categorie del Bbf, totalizza di più (21,2 miliardi). Per le calzature sono stati stimati 5,9 miliardi, mentre per i gioielli 3,1 miliardi. Seguono la pelletteria (2,2 miliardi) e l'occhialeria (1,1 miliardi).

Alla F di Fashion mancherebbero dunque all'appello una trentina di miliardi di export. Nelle stime della **Camera Nazionale della Moda Italiana** la moda e i settori collegati (tessile, pelle, pelletteria, abbigliamento, calzature, gioielli, bigiotteria, cosmesi e occhiali) nel 2022 hanno totalizzato circa 81 miliardi di esportazioni, su ricavi totali pari a 98 miliardi. Il 19% in più rispetto al 2021 e ben sopra i 72 miliardi del pre-pandemia.

e.f.