

Esportare la dolce vita

Il bello e ben fatto italiano nei nuovi mercati
Cultura, strategie delle imprese e focus Russia



CONFINDUSTRIA
Centro Studi

2014



prometeia

Il rapporto è stato realizzato da: Alessandro Gambini, Manuela Marianera, Luca Paolazzi (Centro Studi Confindustria); Claudio Colacurcio, Patrizia Di Cicco, Carmela di Terlizzi, Andrea Dossena, Alessandra Lanza, Giampaolo Morittu (Prometeia); Diana Frattale, Laura Travaglini (Area Europa e Internazionalizzazione Confindustria); Francesca Medolago Albani (ANICA); Stefano Costa, Francesca Luchetti (ISTAT).

Si ringraziano le Associazioni ANFAO, ANICA, Assocalzaturifici, Federalimentare, FederlegnoArredo, Federorafi e SMI che hanno contribuito attivamente alla riuscita di questo studio apportando preziosi contributi progettuali e realizzativi, oltre che un significativo sostegno finanziario.

Si ringrazia l'Associazione Italiana Confindustria Alberghi per il contributo sull'andamento dei flussi turistici russi in Italia.

Si ringrazia Confindustria Russia, in particolare Caterina Berardi, per il contributo sui dati territoriali della Russia.

Si ringraziano l'Ambasciata d'Italia e l'ufficio ICE di Mosca per il contributo all'analisi sugli ostacoli commerciali in Russia.

Si ringrazia l'*International Trade Centre* - ITC di Ginevra per le informazioni sui dazi delle linee tariffarie BBF in Russia.

Si ringrazia Assolombarda per aver ospitato il convegno di presentazione di questo rapporto.

La pubblicazione è stata chiusa con le informazioni disponibili al 18 aprile 2014.



Editore SIPI S.p.A.
Servizio Italiano Pubblicazioni Internazionali
Viale Pasteur, 6 - 00144 Roma

Indice

Premessa.....	pag. 5
1 Le previsioni per il <i>bello e ben fatto</i>	» 11
1.1 Nei nuovi mercati 212 miliardi di euro di importazioni di prodotti <i>belli e ben fatti</i> per il 2019	» 11
1.2 Alimentare BBF: non solo Cina	» 16
1.3 Arredamento BBF: la domanda si sposta sempre più a Oriente	» 18
1.4 Abbigliamento BBF: Russia ed Emirati vestono italiano	» 20
1.5 Calzature BBF: in rapido sviluppo i paesi asiatici	» 22
1.6 Occhialeria BBF: i nuovi mercati accelerano il passo	» 24
1.7 Oreficeria-gioielleria BBF: Emirati, India e Cina sul podio	» 25
2 La mappa del <i>bello e ben fatto</i> italiano	» 29
2.1 Nei nuovi mercati quasi 5 miliardi di nuove importazioni di <i>bello e ben fatto</i> italiano nel 2019	» 29
2.2 Alimentare BBF italiano: opportunità condizionate dalle distanze	» 33
2.3 Arredamento BBF italiano: Russia, Medio Oriente e Cina, la mappa al 2019	» 37
2.4 Abbigliamento BBF italiano: la Russia resta di gran lunga il principale cliente	» 43
2.5 Calzature BBF italiane: la Russia continua a crescere, Cina alla rincorsa	» 47
2.6 Occhialeria BBF italiana: le opportunità per l'Italia vengono dal Sud America	» 53
2.7 Oreficeria-gioielleria BBF italiana: crescono le opportunità in Nord Africa	» 58

3	Con la cultura si mangia...e si esporta BBF	» 65
	3.1 Il valore della cultura e della produzione culturale per l'export italiano	» 66
	3.2 La produzione audiovisiva e le sinergie con i settori del BBF	» 74
4	Russia: i sei passi per raggiungere la tana dell'orso	» 81
	4.1 Primo passo. Conoscere il bacino di consumo russo	» 82
	4.2 Secondo passo. Osservare il consumatore benestante russo: vicino geograficamente e culturalmente	» 85
	4.3 Terzo passo. Individuare le aree più attrattive: Mosca, San Pietroburgo, Urali e Volga	» 89
	4.4 Quarto passo. Valutare l'accessibilità per le imprese italiane: un panorama non facile	» 96
	4.5 Quinto passo. Conoscere le barriere all'ingresso del mercato russo: sempre alti gli ostacoli commerciali.....	» 97
	4.6 Sesto passo. Analizzare il sistema distributivo russo: molto frammentato, ma in evoluzione	» 104
	4.7 L'audiovisivo è veicolo di <i>bello e ben fatto</i> in Russia: iniziative avviate e nuove opportunità	» 118
	4.8 Il turismo è un moltiplicatore di vendite di BBF in Russia	» 121
5	Le strategie delle imprese-BBF	» 123
	5.1 Le imprese-BBF nella difficile congiuntura	» 124
	5.2 I profili strategici delle imprese-BBF con almeno 20 addetti	» 128
	Bibliografia	» 137
	Appendice metodologica	» 141
	Guida alla lettura dei risultati e Appendice statistica	» 149