



Con il sostegno di

GRUPPO **24** ORE

Con la collaborazione scientifica di



In collaborazione con



ESPORTARE  
LA DOLCE VITA

Il potenziale di mercato  
per il bello e ben fatto italiano  
nei mercati avanzati

**Per informazioni e adesioni:**

[www.confindustria.it](http://www.confindustria.it)

[csc@confindustria.it](mailto:csc@confindustria.it)

Tel.: +39 06 5903345

Milano, 9 maggio 2017  
MUDEC Museo delle Culture  
Via Tortona, 56

**Belli e ben fatti (BBF)** sono i prodotti che uniscono bellezza e funzionalità, cultura e tecnologia. Un'arte in cui eccellono le **imprese manifatturiere italiane** che traggono ispirazione dal patrimonio storico-artistico tra i più ricchi del mondo e da un paesaggio tra i più affascinanti e variegati del pianeta.

Nel 2016 le vendite di cibo, moda e *design* BBF valgono **59 miliardi di euro** nei 31 principali **mercati avanzati**, analizzati per la prima volta, e dove c'è ancora tanto spazio di crescita per prodotti ad alto valore aggiunto ed innovazione. Quanto potenziale di espansione c'è ancora da qui al 2022 nei singoli mercati per ogni settore?

Come si muoveranno i concorrenti? L'Italia del bello e ben fatto riuscirà ad aumentare le proprie quote? E cosa accadrebbe se almeno nei principali mercati riuscisse a erodere quote ai **best performer nel segmento premium**?

**L'America**, resta ancora un continente da scoprire per la maggioranza delle imprese esportatrici BBF. Come mai? Cosa cambierà con Trump? Come è riuscita la nautica da diporto italiana a conquistare la *leadership* in un mercato così complesso? Cosa sta facendo il Sistema Paese per aiutare le PMI a conquistare i clienti americani? Perché l'Italia è la più visitata dai *cyberturisti* statunitensi? In che modo il turismo in generale può sostenere le vendite del BBF?

Ecco alcune delle domande che hanno guidato l'edizione 2017 di **Esportare la dolce vita**, l'annuale guida che CSC e Prometeia, con la collaborazione di Istat, elaborano per aiutare le imprese BBF a orientare le strategie di penetrazione nei mercati esteri.

## PROGRAMMA

**10.00** REGISTRAZIONE DEI PARTECIPANTI

**10.30** APERTURA DEI LAVORI

### LE AZIONI DI CONFINDUSTRIA PER LA PROMOZIONE DEL BBF NEL MONDO

Licia Mattioli

Vice Presidente per l'Internazionalizzazione  
Confindustria

**10.45** RAPPORTO ESPORTARE LA DOLCE VITA 2017:

*Tutto il potenziale BBF e le imprese  
che lo sanno valorizzare*

Luca Paolazzi

Direttore Centro Studi Confindustria

*Previsioni per i mercati avanzati  
2016-2022 e focus USA*

Alessandra Lanza

Partner Prometeia

**11.20** AMBASCIATORI DEL BBF ITALIANO  
NEL MONDO E NEGLI USA:

*Il segreto per una 'cucina bella e ben fatta'  
che delizia il mondo*

Davide Oldani

Ambassador di EXPO 2015

*Digital e retail: due facce della stessa  
medaglia per il posizionamento dei brand BBF*

Marco Bizzarri

President and Ceo GUCCI

*Patrimonio culturale italiano fonte  
di ispirazione inesauribile per l'unicità  
del BBF italiano nel mondo*

Jean-Christophe Babin

Ceo Bulgari

*L'Italian Beauty nel mondo che ha  
rivoluzionato lo stile dell'abitare*

Mario Bellini

Mario Bellini Architects

**12.25** TRUMP E NEO-PROTEZIONISMO.  
EFFETTI SUL BBF MADE IN ITALY

Michael Froman (video-intervista)

Ambassador

**12.35** BILANCIO E PROSPETTIVE DEL PIANO  
MADE IN ITALY NEL MONDO E NEGLI USA

Carlo Calenda

Ministro dello Sviluppo Economico

**13.00** CONCLUSIONE DEI LAVORI

Modera i lavori:

Mario Calvo-Platero

Editorialista Sole 24 Ore

conduttore America 24 su Radio 24