Internazionalizzazione

Mercoledì 17 Aprile 2024

Unioncamere: qualità, pregio e design le caratteristiche del Made in Italy più apprezzate all’estero

? **Lanciata oggi la ricerca *“Quale valore del brand Made in Italy nel mondo”,* realizzata da Unioncamere in collaborazione con Assocamerestero e la rete delle Camere di Commercio Italiane all’estero, alla presenza del ministro Urso.**

? **Un terzo del valore dell’export si stima sia legato all’iconicità del “Made in Italy”.**

Roma, 17 aprile 2024 – Elevata pregevolezza dei materiali, iconicità e design di altissima qualità: sono queste le caratteristiche che i consumatori stranieri apprezzano di più del brand “Made in Italy”.

È quanto emerge dall’indagine “*Quale valore del brand Made in Italy nel mondo*”, realizzata da Unioncamere in collaborazione con Assocamerestero e la rete delle Camere di Commercio Italiane all’estero, presentata oggi durante il convegno “*Italia: un valore nel mondo”*, che ha visto confrontarsi personalità del mondo politico, istituzionale ed economico sulle caratteristiche che rendono unico il nostro Paese all’estero

Le sole imprese operanti nei settori trainanti del Made in Italy (abbigliamento, automotive, alimentare e arredamento) è stato evidenziato, occupano 2,1 milioni di lavoratori, generano 454 miliardi di euro di fatturato, 105,5 miliardi di valore aggiunto e 193,4 miliardi di export sul totale di 420 miliardi di tutti i settori legati al Made in Italy. Di questi ultimi oltre un terzo si stima siano legati all'iconicità del marchio "Made in Italy", ossia a quell'insieme di caratteristiche - dalla qualità al design alla pregevolezza dei materiali - che i consumatori associano a un prodotto italiano.

L'indagine ha coinvolto 3mila rispondenti, tra cui aziende italiane iscritte alla rete delle CCIE e i loro rappresentanti, imprese italiane esportatrici, distributori e fornitori di prodotti italiani. Cinque invece i focus group organizzati con le Camere di Commercio Italiane all'Estero di Johannesburg, Londra, New York, San Paolo e Tokyo.

"*Il Made in Italy è un brand trasversale che accomuna tutte le nostre imprese: è il biglietto da visita dell'Italia all'estero*", ha commentato **Andrea Prete, Presidente di Unioncamere**. "*Racchiude una cultura imprenditoriale che simboleggia l'eccellenza nei campi più svariati, dall'arredamento al design, dalla moda all'agroalimentare. Raccontare il Made in Italy, oggi, significa raccontare la storia delle persone che alimentano il nostro tessuto imprenditoriale giorno dopo giorno, la storia di due milioni di lavoratori, ed è anche per questo che va sempre più tutelato, promosso e valorizzato".*

"Le Camere italiane all'estero rappresentano un valore per l'Italia: grazie al ruolo che occupano nelle comunità d'affari dei paesi in cui vivono e operano – afferma **Mario Pozza, Presidente di Assocamerestero** – *sono sempre più "rete di reti", non solo di business ma anche istituzionali. Il cuore della nostra attività resta il sostegno all'export delle filiere chiave del made in Italy – dall'alimentare alla meccanica - e la promozione dei territori, in termini sia di produzioni tipiche, sia di attrattività turistica. Ma lo stiamo facendo in maniera diversa dal passato: integrando servizi e fonti di finanziamento, digitalizzando le modalità di erogazione, orientando le imprese a incorporare la sostenibilità ambientale e sociale tra le loro leve di competitività".*

Allegati

Comunicato stampa Unioncamere

Ultima modifica

Mercoledì 17 Aprile 2024

Condividi

Reti Sociali

Quanto ti è stata utile questa pagina?

4

Media 4 (1 vote)

Aliquota

Argomenti

Internazionalizzazione