



Confindustria Nautica in Brasile per 13^ª edizione di «Esportare la Dolce Vita»

Descrizione

(Adnkronos) «Confindustria Nautica ha preso parte, sabato 18 ottobre a San Paolo e mercoledì 22 ottobre a Rio de Janeiro, alla presentazione della 13^ª edizione di Esportare la Dolce Vita, il rapporto realizzato dal Centro Studi di Confindustria, in collaborazione con Sace e con il sostegno di Confindustria Nautica, Anfao, Confindustria Accessori Moda, Confindustria Moda, Federalimentare e FederlegnoArredo, che individua nel Made in Italy di qualità la leva più solida per rafforzare la presenza del Paese nel mondo attraverso partnership economiche e culturali di lungo periodo. Il cuore dell'analisi è quello relativo al «Bello e ben fatto» (Bbf), i cui pilastri portanti sono le «3F» (Fashion, Food, Furniture) ai quali si aggiunge la Nautica, che diventa vetrina privilegiata per molti compatti del Bbf.

Il Made in Italy nella nautica si distingue per la capacità di coniugare design, stile e cura del dettaglio, in un equilibrio perfetto tra estetica e funzionalità. I nostri clienti percepiscono questo valore come qualcosa di unico e non replicabile: non si tratta solo di costruire un'imbarcazione, ma di trasmettere una cultura, un approccio artigianale che riflette la tradizione e l'eccellenza industriale italiane. Ha dichiarato Fabio Planamente, vice presidente di Confindustria Nautica, presente a San Paolo e Rio de Janeiro come testimonial della nautica da diporto, eccellenza del Bello e Ben Fatto. Le imbarcazioni italiane incarnano in modo autentico il concetto di «Dolce Vita», un ideale di stile e qualità che continua a ispirare e affascinare non solo il Brasile, ma tutto il mondo».

Da una panoramica dell'andamento settoriale delle esportazioni italiane di prodotti Bbf nel triennio 2023-2025, un periodo segnato da significative criticità, ma anche da segnali graduali di riorientamento della domanda internazionale, emerge come alcuni compatti siano riusciti a esprimere una crescita solida e costante, mentre altri hanno mostrato maggiori difficoltà di adattamento. Tra i settori trainanti spiccano la nautica e il comparto chimico, farmaceutico e cosmetico. La nautica, in particolare, conferma una traiettoria espansiva ininterrotta, con tassi di crescita a doppia cifra per tre anni consecutivi.

Con oltre 170 miliardi di euro di beni ad alto valore simbolico e identitario, il Made in Italy continua a distinguersi per la capacità di fondere artigianalità, innovazione e sostenibilità, offrendo ai mercati

internazionali non solo prodotti, ma contenuti culturali e relazioni di fiducia. La ricerca stima un potenziale aggiuntivo di 27,6 miliardi di euro di export BBF, di cui 19,4 miliardi nei mercati maturi e 8,2 miliardi nei mercati emergenti. Tra i primi figurano Stati Uniti, Germania, Francia, Regno Unito e Spagna. Sul fronte emergente, i Paesi con il potenziale più elevato sono Cina, Emirati Arabi Uniti e Turchia, con settori trainanti come alimentari, moda, arredo e gioielleria.

Da un confronto tra Italia, Francia e Germania nei compatti del BBF nel primo trimestre del 2025 si evince come l'Italia registri risultati particolarmente positivi nei compatti della nautica (+26,7%) e della chimica, farmaceutica e cosmetica (+9,8%), in cui supera nettamente entrambi i concorrenti europei. Buoni segnali emergono anche dalla pellicceria (+3,7%), seppur con performance molto inferiori rispetto al forte rimbalzo francese (+37,3%) e in un contesto di volatilità.

Come emerge dall'analisi, nell'area America Latina e Caraibi (ALC) si apre oggi una nuova fase di cooperazione economica e culturale con l'Italia. Tra il 2018 e il 2024, l'export di prodotti del settore BBF è cresciuto in media del 10% annuo, mentre aumenta anche la domanda di competenze, creatività e sostenibilità, valori che rendono unico il legame tra le due aree. Le numerose comunità di origine italiana rappresentano inoltre un ponte naturale per relazioni fondate su bellezza, qualità e innovazione responsabile.

L'accordo tra Unione Europea e Mercosur, siglato nel dicembre 2024 e approvato dalla Commissione europea, apre una nuova stagione di scambi con 4 miliardi di euro di dazi in meno per le imprese europee, 57 indicazioni geografiche italiane tutelate e oltre 1.400 imprese italiane già attive nell'area. Secondo il Centro Studi Confindustria, la piena attuazione dell'intesa potrebbe generare oltre 1,1 miliardi di euro di export aggiuntivo verso i Paesi Mercosur, oltre ai 7,4 miliardi già realizzati nel 2024. Un'occasione non solo commerciale, ma anche di cooperazione industriale e progettuale, per costruire catene del valore più integrate e sostenibili tra Europa e America Latina.

Il rafforzamento del Made in Italy passa da una strategia di apertura e non di chiusura del commercio. L'accordo con il Mercosur è un banco di prova per la capacità dell'Europa di agire come potenza economica globale e per l'Italia di promuovere relazioni basate su scambi reciproci e crescita condivisa. Ha dichiarato Barbara Cimmino, Vice Presidente per l'Export e l'Attrazione degli investimenti di Confindustria.

In una regione come quella dei Paesi Mercosur, caratterizzata da una crescita dei redditi pro-capite maggiore rispetto alle altre principali aree di interesse economico, il fatto che il Made in Italy sia percepito come un simbolo del miglioramento della propria situazione economica e sociale da parte dei consumatori è chiaramente un fattore chiave che, se abilmente sfruttato, risulterebbe determinante per le future potenzialità dell'export italiano nell'area. All'interno del perimetro del BBF, per l'Italia spiccano i settori dell'Occhialeria, Nautica e Gioielleria-oreficeria. La segmentazione per comparto dell'export mondiale BBF nel mercato ALC mostra la pervasività di Cina e Stati Uniti. L'Italia risulta essere competitiva in alcuni compatti specifici: la quota di mercato detenuta al 2023 nella Nautica è del 15,5%, nell'Occhialeria del 26,6% e nella Gioielleria-oreficeria del 29,4%. Da soli questi compatti contano per più della metà del totale italiano esportato nell'area (71,5%).

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Ottobre 24, 2025

Autore

redazione

default watermark