

Made in Italy, all'estero piace l'iconicità

Un terzo del valore dell'export italiano è legato all'iconicità del 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**. Secondo l'indagine, le caratteristiche che i consumatori stranieri apprezzano di più del Made in Italy sono elevata pregevolezza dei materiali, iconicità e design di altissima qualità.

Le imprese operanti nei settori trainanti del Made in Italy (abbigliamento, automotive, alimentare e arredamento) 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 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.

— © Riproduzione riservata — ■

