

Comunicato Stampa

## Roadshow Rapporto Export “Open (again)”: oggi focus su Food, Fashion e Furniture

Prospettive, opportunità e strumenti per le 3 F del Made in Italy (Food, Fashion e Furniture) sono il focus della seconda tappa del Roadshow digitale targato SACE.

Al centro dell’evento il punto di vista delle imprese della filiera e associazioni di categoria: Rustichella d’Abruzzo, Natuzzi, Chantecler e Federunacoma (Confindustria)

*Roma, 13 novembre 2020 –* Pandemia del Covid-19 in atto, complessità strutturali e criticità ereditate dal 2019. Nella seconda tappa del Roadshow digitale di SACE, dedicata al comparto delle cosiddette 3 F del Made in Italy (Food, Fashion, Furniture), si è cercato di capire come stanno reagendo le imprese, quali sono i mercati su cui puntare per tenere accesi i motori dell’economia, e come stanno cambiando le dinamiche di questi comparti con l’e-commerce e lo smart working.

Dunque export e internazionalizzazione, ma anche digitalizzazione e innovazione, sono stati i temi al centro dell’evento di oggi, organizzato in collaborazione con Class CNBC e parte di una serie di appuntamenti per analizzare prospettive, opportunità e strumenti per i settori trainanti dell’economia nazionale e le loro filiere.

Durante l’incontro è stato presentato “Open Again”, l’ultimo [Rapporto Export di SACE](#), che delinea i driver per una possibile ripartenza dopo lo shock del 2020, nonostante la persistenza di diverse complessità nello scenario e lo shock Covid-19 che impatterà sulla performance dell’anno in corso. Il tutto con un focus particolare sui settori Food, Fashion, Furniture. E come ospite speciale, **Giulio Lampugnani, Head of Seller Services FBA di Amazon in Italia**, ha offerto un insight su quale direzione stiano andando le PMI italiane e il brand Made in Italy in termini di e-commerce.

*“Oggi abbiamo il piacere di confrontarci con importanti testimonial di tre settori chiave del Made in Italy, che spiccano per la qualità della propria offerta, un elevato grado d’integrazione tra i diversi livelli della filiera e una forte propensione all’export - ha dichiarato **Simonetta Acri, Chief Mid Market Officer di SACE** -. Food, Fashion e Furniture e la loro amplissima filiera da soli hanno rappresentato il 22% dell’export italiano nel 2019, per un valore di 104 miliardi di euro e nel 2021 Usa e Giappone potranno fare da traino. Le 3 F hanno davanti a sé un ampio potenziale da esprimere, cogliendo le sfide dell’innovazione nelle sue diverse accezioni: di prodotto, di processo e di mercato. E noi siamo pronti a fare la nostra parte, sostenendo lo sviluppo di questo ecosistema di imprese con soluzioni diversificate che ne rafforzano la competitività e la capacità di crescere in Italia e nel mondo”.*

Dopo l’apertura con **Simonetta Acri**, Chief Mid Market Officer di SACE, sono stati presentati i principali risultati del Rapporto Export di SACE e **Cinzia Guerrieri**, Economista di SACE, ha approfondito le prospettive del settore delle “3 F”. Al centro dell’evento, il punto di vista delle imprese della filiera e delle associazioni di categoria, introdotte da **Pasquale Busiello**, Account Manager PMI Centro Sud di Sace: **Gianluigi Peduzzi**, Presidente di Rustichella D’Abruzzo; **Alessandro Malavolti**, Presidente

SACE è la società assicurativo-finanziaria italiana specializzata nel sostegno alle imprese e al tessuto economico nazionale attraverso un’ampia gamma di strumenti e soluzioni a supporto della competitività in Italia e nel mondo. Da oltre quarant’anni, SACE è il partner di riferimento per le imprese italiane che esportano e crescono nei mercati esteri. Collabora inoltre con il sistema bancario per facilitare con le sue garanzie finanziarie l’accesso al credito delle aziende, con un ruolo rafforzato con le misure straordinarie previste dal Decreto Liquidità. Con un portafoglio di operazioni assicurate e investimenti garantiti pari a 134 miliardi di euro, SACE serve oltre 23mila aziende, soprattutto PMI, supportandone la crescita in Italia e in circa 200 mercati esteri, con un ventaglio diversificato di prodotti e servizi assicurativo-finanziari.

Federunacoma; **Vittorio Notarpietro**, Cfo Natuzzi; **Costanza Aprea**, Vice Presidente di Chantecler. A seguire l'intervento di **Gautam Bhansali**, Head of India & South Asia Rete Internazionale di SACE.

## Performance, prospettive e mercati di opportunità

Dopo un 2020 decisamente complesso, i migliori margini di crescita per sostenere la ripartenza delle 3 F del Made in Italy saranno offerti principalmente dalle destinazioni con maggior livelli di reddito pro-capite, tra cui spiccano Stati Uniti e Giappone, al fianco di destinazioni europee, sia entro che fuori i confini dell'area UE. Queste, insieme alle potenzialità dei canali e-commerce, andranno a costituire il mix di opportunità su cui puntare a sostegno del rilancio nel 2021 e a venire.

**Performance 2020.** Nei primi 8 mesi del 2020, secondo gli ultimi dati Istat disponibili, il settore Moda (che comprende i prodotti tessili/abbigliamento, le pelli e gli accessori) ha registrato un -22,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, ben superiore alla media pari a -13,3%, e che posiziona il Fashion tra i settori più penalizzati dalla crisi. Una dinamica simile ha interessato anche il comparto dell'Arredo, che ha registrato una contrazione pari a circa il 17% e sulla cui performance ha pesato anche lo slittamento del Salone Internazionale del Mobile di Milano; da segnalare tuttavia un graduale recupero nei mesi estivi, con un ritorno in positivo ad agosto a un tasso di crescita di quasi il 5% rispetto allo stesso mese dello scorso anno. Per sua natura più resiliente in questa fase, il comparto Alimentari e Bevande ha registrato invece una crescita del 3% delle esportazioni nel periodo gennaio-agosto rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, sebbene dimezzata rispetto alla performance dello scorso anno.

**Prospettive e mercati di opportunità.** Per il comparto Alimentari e Bevande, le destinazioni su cui puntare per accelerare la ripresa saranno i mercati avanzati come Unione Europea, Stati Uniti, Canada e Giappone, a cui si aggiunge anche l'Europa Emergente. Attenzione particolare meritano gli States, dove l'elezione di Joe Biden rappresenta un'importante svolta nelle relazioni commerciali tra Usa e Ue, e dove il Food & Beverage italiano rappresenta circa il 10% dell'export complessivo verso gli Usa, per un valore pari a circa 4,6 miliardi di euro nel 2019 e in crescita nei primi 8 mesi del 2020 del 3,8%; driver di queste opportunità sono l'elevato livello di consumi pro-capite, l'apertura a prodotti innovativi e la crescente consapevolezza dell'importanza di una dieta sana che caratterizzano gli Stati Uniti. Anche il vino – che pesa per oltre il 60% sulle nostre vendite del settore negli USA – beneficerà di questa nuova tendenza essendo percepito come un'alternativa salutare alla birra. Tra i mercati di sbocco più promettenti anche il Giappone, dove il Made in Italy può contare su una domanda in crescita, alimentata dai gusti raffinati dei consumatori nipponici, da una capacità di spesa pro capite tra le più alte al mondo e da condizioni di mercato favorevoli quali, ad esempio, la riduzione dei dazi. Le vendite italiane di Food & Beverage nel Paese sono attese stabili nell'anno in corso e in ripresa già a partire dal 2021, supportata da una domanda in crescita e condizioni di mercato favorevoli.

Anche per il Fashion, il Giappone rappresenta un mercato su cui puntare. Qui il comparto Moda italiano ha rappresentato il 25% del totale nel nostro export verso il Paese nel 2019. Dopo l'inevitabile contrazione nel 2020, registrerà un buon rimbalzo già nel 2021. Il Sistema Moda italiano potrà contare anche su destinazioni europee a più veloce ripartenza, quali ad esempio la Polonia, tra i mercati di preferenza dei nostri esportatori, grazie al buon livello di benessere raggiunto dal Paese nel tempo.

Quanto al settore di Mobili e Arredo le vendite all'estero potranno, almeno in parte, beneficiare del nuovo stile di vita incentrato maggiormente sulla permanenza nella propria abitazione, sia durante l'orario di lavoro sia nel tempo libero. Questo potrebbe incentivare all'acquisto di nuovi mobili e accessori per la

casa. Infine, un mercato di destinazione per tutte e tre le categorie è rappresentato dalla Cina, nono mercato di sbocco per le nostre merci, dove le 3F pesano per il 25% del nostro export complessivo verso Pechino (e peraltro unico paese a registrare quest'anno una crescita del Pil intorno al 2%).

## Strumenti di SACE

SACE offre un'ampia gamma di strumenti e soluzioni assicurativo-finanziarie, oggi in grado di coprire tutte le esigenze delle imprese nel loro percorso internazionale: dalle prime fasi in cui è necessario conoscere e valutare le proprie controparti (es. servizio di valutazioni clienti), alla gestione dei rischi (es. servizi di assicurazione dei crediti, protezione degli investimenti), dalle garanzie necessarie per partecipare a bandi e gare alle garanzie finanziarie per accedere alla liquidità necessaria per investire, fino al factoring e a servizi di ultima istanza quali il recupero crediti. Un'offerta di 11 prodotti completamente digitalizzati e a misura di PMI. A questi si affiancano interventi al fianco di imprese medie e grandi, che muovono un ampio indotto sul territorio in cui operano e trainano con sé tutta una catena di fornitori. Tra queste vi sono le grandi operazioni di export credit, le iniziative di factoring rivolte alle filiere di fornitori (il cosiddetto reverse factoring).

Tra le principali iniziative di accompagnamento per le imprese italiane:

- **Push Strategy**, attraverso la quale SACE facilita l'incontro tra la domanda dei clienti esteri - garantendo loro finanziamenti untied affinché si impegnino a incrementare i loro acquisti Made in Italy - e l'offerta delle filiere produttive italiane, coinvolgendo le aziende italiane della filiera produttiva in incontri di business matching per presentare i loro prodotti, servizi e tecnologie ai potenziali buyer. Tra il 2018 e il 2019 sono state realizzate più di 30 iniziative di business matching, quasi la metà all'estero, con più di 1000 imprese coinvolte; a cui si aggiungono circa 1100 incontri bilaterali con i Buyer.
- **"Education to Export"** è il programma formativo gratuito ad alto contenuto digitale lanciato da SACE a fine 2018 con l'obiettivo di aiutare le imprese esportatrici manifatturiere italiane - con un'attenzione particolare alle PMI - a esportare di più e meglio su un numero diversificato di mercati e con strategie più strutturate. Il Programma è composto da tool dinamici per esplorare le migliori opportunità per mercato e settore, approfondimenti, video, infografiche, simulazioni interattive, testimonianze di imprese di successo e analisi settoriali. Il Covid-19 non ha impattato sulla operatività ed efficienza, ma si è rivelato una importante risorsa di riferimento per le imprese proprio nel lockdown. Nei primi sei mesi del 2020, sono stati raggiunti circa 24mila utenti in 18 webinar realizzati e 8 corsi di formazione avviati per un totale di 70 ore di formazione erogate.

*Per rimanere aggiornato sulle prossime tappe virtuali e i prossimi appuntamenti visita la [nostra pagina eventi](#).*

*Per scaricare il **Rapporto Export 2020** clicca [qui](#).*

**Contatti per i media**  
SACE | Ufficio Stampa  
T. +39 06 6736888  
ufficiostampa@sace.it  
Media gallery >>

**Contatti per aziende**  
SACE | Customer Care  
Numero Verde 800 020 030  
info@sace.it