



30 luglio 2021

Tuttosport

Giochi & Business – pagina 12

SONO SEMPRE PIÙ IMPORTANTI PER IL NOSTRO PAESE I RAPPORTI COMMERCIALI COL GIAPPONE CHE AMA I NOSTRI PRODOTTI

L'Olimpiade può far bene al Made in Italy

Prima del covid le esportazioni nel paese del sol levante crescevano dal 2014, arrivando a 124 milioni di euro

I Giochi olimpici di Tokyo 2020 possono trasformarsi in un'opportunità di affari per le aziende italiane, soprattutto quelle attive nel comparto tecnico-sportivo. Si nutrono infatti forti aspettative sul fronte delle esportazioni. L'Olimpiade da sempre, è una vetrina unica per stringere relazioni commerciali con il paese che organizza l'evento, diventandone un vero e proprio acceleratore economico.

Un mercato di sbocco, quello nipponico, che, negli ultimi anni, ha dimostrato un forte inte-

resse per gli articoli tipici della filiera "made in Italy".

CRESCITA CONTINUA

Il giro d'affari delle esportazioni, dal 2014 ad oggi, ha fatto segnare un trend in continua crescita, al netto della flessione accusata nel 2020. A causa della pandemia, infatti, l'anno scorso è andata persa una quota significativa pari al 20%, ma, nel 2019, il valore delle vendite in Giappone aveva toccato quota 124 milioni di euro; un balzo del +20,5% rispetto al 2018 (dati elaborati dall'ufficio

FERRINO
(ASSOSPORT):
«APPREZZANO DEI
NOSTRI PRODOTTI
STILE, QUALITÀ E
ORIGINALITÀ»

di Tokyo, ICE-agenzia per la promozione all'estero delle imprese tricolori). «Dalla corsa al golf, dal trekking all'alpinismo,

passando dalla bici. I giapponesi hanno una predilezione per gli sport all'aria aperta e tra gli articoli che vanno per la maggiore ci sono le calzature e l'abbigliamento adatti a praticare questo tipo di attività», ha spiegato a Tuttosport Anna Ferrino, presidente di Assosport (l'associazione nazionale che riunisce 120 produttori di articoli sportivi per un totale di 300 marchi tricolori, ndr). «Nei prodotti realizzati dalle nostre aziende riconoscono lo stile tipicamente italiano, ne apprezzano l'alta qualità

dei materiali e l'originalità delle collezioni, con un occhio attento alla componente tecnologica e alla durabilità dei prodotti stessi».

EFFETTO COVID

La pandemia certamente ha rallentato questo trend di crescita. Se si analizzano gli scambi commerciali tra Roma e Tokyo, l'Italia è passata da un volume d'affari pari a 124 milioni di euro del 2019 ai 99 milioni del 2020, slittando dal 5° al 6° posto nella classifica dei paesi esportatori.



M.V.

Gioco di specchi a Ginza, esclusivo quartiere di Tokyo