



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



FONDAZIONE MANLIO MASI
Osservatorio Nazionale per
l'Internazionalizzazione e gli Scambi

Struttura, posizionamento e potenziale delle esportazioni italiane di beni legati al mondo dello sport

Sommario

Sintesi esecutiva.....	3
1. Introduzione.....	4
2. Il perimetro del rapporto.....	6
3. Il peso della componente ‘core’ dello sport nel commercio mondiale.....	8
4. Posizionamento dell’Italia nella componente ‘core’: struttura e trend dell’export di articoli sportivi made in Italy.....	18
5. Una stima della componente ‘broad’ dell’export di beni legati al mondo dello sport.....	25
6. Il potenziale del mercato legato al mondo dello sport nella componente ‘core’.....	26
Struttura e potenziale dell’export dei beni sportivi ‘core’ – Schede Paese.....	31
Appendice 1 - Metodologia.....	183
Appendice 2A – Categorie di beni ‘core’ direttamente afferenti allo sport.....	185
Appendice 2B – Categorie di beni ‘broad’ riconducibili allo sport soltanto in parte.....	188

Sintesi esecutiva

Il presente rapporto studia il perimetro, il valore e il potenziale dell'export di beni legati al mondo dello sport, concentrando le analisi su tutti quei manufatti legati direttamente allo sport, la parte 'core' dell'export, e fornendo una stima per il valore di export delle categorie di beni che non sono esclusivamente afferenti allo sport, la parte 'broad'. Per l'export di beni 'core' viene anche effettuato uno studio del potenziale di export aggiuntivo. Qui di seguito si riportano i principali risultati dello studio:

- La domanda mondiale di beni 'core' afferenti al mondo dello sport è pari a \$128,5 miliardi, lo 0,6% dell'export mondiale (2023, ultimo anno disponibile).
- I comparti di maggior peso sulla domanda mondiale di beni sportivi sono: le calzature e gli indumenti per lo sport (23,8% della domanda totale), il comparto fitness (18,5%), le biciclette e loro componenti (17,0%) e gli integratori (11,7%) (2023, ultimo anno disponibile).
- I maggiori esportatori delle categorie di beni 'core' sono: la Cina (con una quota pari al 30,6%), il Vietnam (9,3%) e la Germania (5,5%). L'Italia è quinta con una quota pari al 3,8% (2023, ultimo anno disponibile).
- I comparti in cui l'Italia ha la quota più alta sono: gli sport invernali (con una quota dell'export mondiale pari all'11,1%), caccia e pesca (9,6%), e gli sport acquatici (5,0%).
- L'export italiano vale 4,7 miliardi di euro (stabile rispetto al 2023), mentre la componente 'broad' 177,9 milioni di euro.
- I comparti che pesano di più per l'export italiano sono: le calzature e gli indumenti sportivi (1.136 milioni di euro), il fitness (878), bicicletta e sue componenti (759), caccia e pesca (559).
- I principali mercati di sbocco dell'export italiano di beni afferenti al mondo dello sport sono: Stati Uniti (675 milioni di euro), Francia (567) e Germania (526).
- L'Italia vanta un potenziale di export aggiuntivo pari a 650 milioni di euro.
- I comparti a più elevato potenziale sono: le calzature e gli indumenti sportivi (154,6 milioni di euro), caccia e pesca (138,6), e il fitness (100,8).
- Il più elevato potenziale si rileva nell'UE27 (236,7 milioni di euro), seguita dall'America Settentrionale (144,2) e dall'Asia Orientale (108,6).

La presente ricerca si suddivide in due parti: da un lato si analizza il posizionamento dell'Italia sui mercati internazionali per i comparti manifatturieri che producono beni sportivi, dall'altra si quantifica il potenziale aggiuntivo di crescita delle esportazioni di tali categorie di prodotti nei principali mercati di sbocco. L'analisi è preceduta da una breve introduzione e da una descrizione del perimetro di riferimento, ed è poi corredata da 30 schede di approfondimento per un gruppo selezionato di paesi considerati target.

1. Introduzione

Un contesto di riferimento non facile per le imprese. Le imprese esportatrici italiane si trovano a operare in un contesto mondiale sempre più incerto e volatile. Fattori come tensioni commerciali e instabilità geopolitiche stanno frenando la crescita globale. L'elevata incertezza rischia di innescare un circolo vizioso per cui la fiducia delle imprese si deteriora portando con sé un calo degli investimenti e, quindi, una riduzione della capacità produttiva. Vanno inoltre considerati gli effetti legati alle tendenze di lungo periodo, come la digitalizzazione e i cambiamenti climatici. Le imprese, infatti, si trovano a dover innovare di continuo sia per tenere il passo con il progresso tecnologico, sia per l'adozione di strategie di produzione sempre più sostenibili. Ne emerge un quadro di riferimento caratterizzato da un grado di complessità straordinario.

La selezione dei mercati su cui puntare può far da bussola per imprese e policy maker. L'identificazione di aree di sovrapposizione tra le strategie di espansione delle imprese e quelle messe in campo dai governi volte alla crescita del PIL e dell'occupazione avvenga già in modo piuttosto naturale e possa essere estesa per creare maggiori sinergie in futuro. Peraltro, in un contesto di risorse scarse, incanalare gli sforzi di investimento su mercati target comuni, siano essi settori o aree geografiche, non può che aumentare le probabilità di successo a parità di costi.

La rilevanza dello sport per l'economia italiana. Il contributo dello sport al valore aggiunto italiano è stato nel 2022 di circa 24,7 mld €, in forte aumento rispetto all'anno precedente (+12,6%), superiore al livello del contributo pre-pandemico. Nel 2022 è aumentato il valore aggiunto di tutte e tre le componenti in cui si articola il settore dello sport secondo la definizione di Vilnius. L'incremento risulta in misura nettamente maggiore per la componente "core" delle attività sportive, +23,1% e del +8,7% per le "attività connesse in senso lato". Complessivamente il settore sportivo garantisce un contributo al PIL nazionale pari a circa l'1,38%. Al pari del valore aggiunto, anche i livelli occupazionali del settore dello sport registrano un incremento nel 2022 del 2,5% rispetto all'anno precedente, passando da 402 a 412 migliaia di unità¹.

Lo studio del potenziale dei mercati come parametro per intercettare le opportunità - ExPANd. Un tassello importante per stilare una lista di mercati prioritari è quello di quantificare i margini di miglioramento in ciascuno di essi per le esportazioni italiane. A tal fine la Fondazione Manlio Masi ha predisposto uno strumento per indentificare il potenziale dei mercati: Export Potential Anaysis and Development- ExPANd². Questa metodologia consente di quantificare il potenziale aggiuntivo paese per

¹ Rapporto Sport 2024 a cura dell'Istituto per il credito sportivo e di Sport e salute.

² Il potenziale e l'individuazione dei principali concorrenti per mercato vengono effettuati secondo la metodologia Export Potential Analysis and Development (ExPANd), che è stata sviluppata da Tullio Buccellato ed Enrico Marvasi in un progetto di ricerca avviato nel 2012 e coordinato da Beniamino Quintieri.

paese e prodotto per prodotto, evidenziando per ciascun mercato non solo l'export aggiuntivo che si potrebbe realizzare, ma anche quali siano i principali concorrenti in ciascun mercato e il posizionamento di quota, prezzo e distanza geografica dell'Italia rispetto a essi. Un elemento fondamentale per questa analisi risiede nell'individuazione dei concorrenti effettivi, cioè dei paesi esportatori simili all'Italia per caratteristiche e prodotti esportati che cambia da mercato a mercato. Ove paesi con caratteristiche simili all'Italia ottengano risultati ragguardevoli, si ritrovano ampi spazi di manovra per l'espansione delle quote italiane. In generale, l'esistenza di un differenziale positivo tra export potenziale complessivo ed export effettivo indica che esistono margini di miglioramento nella capacità di penetrare i mercati esteri (per maggiori informazioni su ExPANd si veda l'appendice metodologica).

L'export italiano di beni legati al mondo dello sport vale poco meno di 5 miliardi di euro e vanta un potenziale aggiuntivo intorno ai 650 milioni. Più in particolare la componente 'core' (categorie di prodotto afferenti puramente al mondo dello sport) nel 2024 ha registrato un export 'core' di 4,7 miliardi di euro (stabile rispetto al 2023), mentre la componente 'broad' (quei beni non esclusivamente rivolti a fini sportivi, e.g. le auto sportive) 177,9 milioni di euro³. Per la componente 'core' è stato anche stimato un potenziale aggiuntivo pari a 650 milioni di euro da realizzarsi in uno spazio di manovra (domanda di beni importati da paesi con strutture di costo simili all'Italia) di circa 5 miliardi.

³ Le informazioni per la stima si basano su dati 2018, 2023 e 2024.

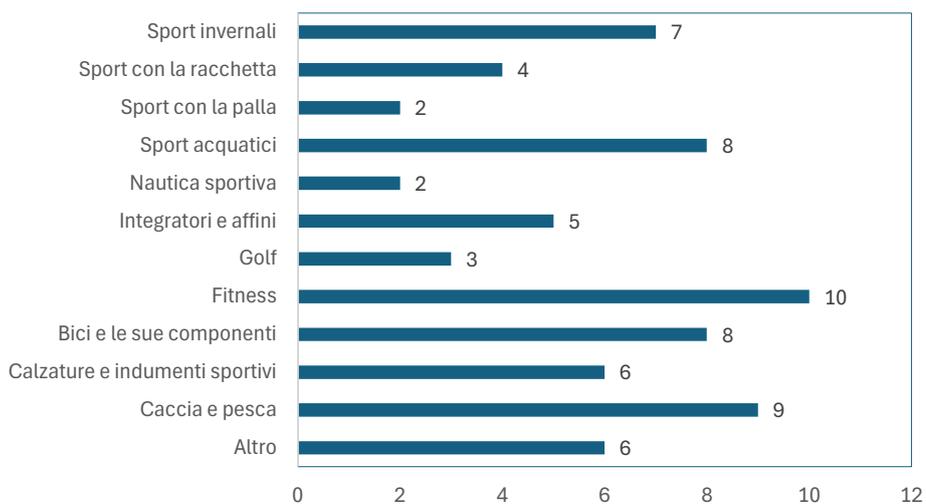
2. Il perimetro del rapporto

Delineare il perimetro di riferimento per l'analisi di posizionamento sui mercati internazionali e di potenziale per l'export aggiuntivo richiede una tassonomia di codici afferenti alla classificazione Harmonized System a sei cifre di disaggregazione. In molti casi la tassonomia consente di identificare codici direttamente riconducibili al mondo dello sport, in altri di individuare linee di prodotto che solo in parte sono legate allo sport. Per riconoscere la duplice natura del mondo di riferimento dello sport le categorie di beni vengono raggruppate in due macro-categorie, prodotti 'core' quando siano interamente collegabili ad attività di tipo sportivo, prodotti 'broad' nel caso in cui lo siano solo in parte. La profondità dell'analisi è massima per le imprese afferenti al gruppo 'core', per il semplice fatto che il modello per lo studio del potenziale si basa su informazione tratta da micro-dati doganali su scala mondiale. Per le categorie di beni 'broad' si richiedono assunzioni e le rispettive statistiche non possono che essere considerate stime soggette a diverse fonti di errore.

Per le categorie 'core' è possibile effettuare anche una categorizzazione per tipologia di sport di riferimento. In tutto sono state identificate 70 categorie merceologiche declinate in 11 tipologie di sport più una residuale. La Figura 1.1 mostra come i codici si distribuiscono nelle varie discipline delineando il perimetro dell'analisi 'core' e l'appendice 2A fornisce un dettaglio specifico a ciascuna categoria di bene. Per tutte queste categorie di beni è possibile ricreare un posizionamento accurato per le imprese esportatrici italiane, offrendo sia una fotografia su quanto ciascuna tipologia di sport pesi sull'export complessivo, sia su come l'Italia si collochi all'interno del panorama competitivo mondiale. Inoltre, per queste categorie di beni è possibile sfruttare a pieno il modello per lo studio del potenziale Export Potential Analysis and Development - ExPANd e, quindi, la batteria di output informativi che fornisce: oltre alla stima del potenziale prodotto per prodotto e paese per paese, l'individuazione dei principali concorrenti in ciascun mercato, il posizionamento dell'Italia in termini di quota, prezzo e distanza nel panorama competitivo.

Figura 1.1: il perimetro 'core' dello studio

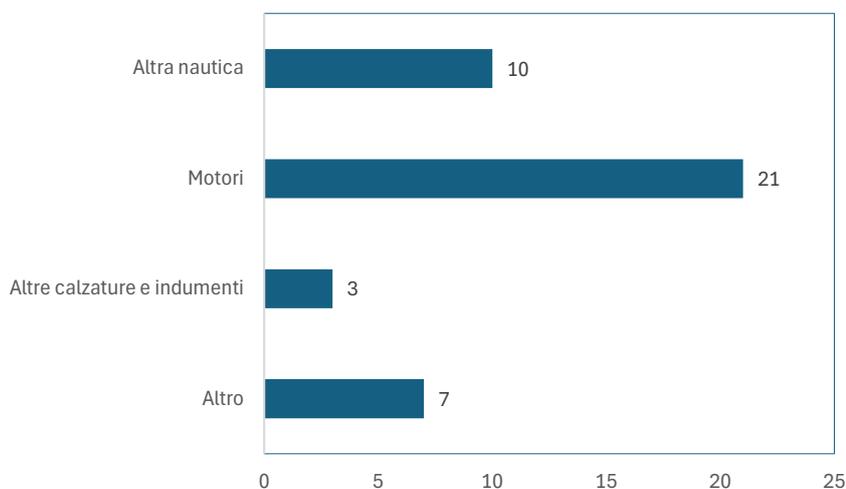
(numero di prodotti per disciplina sportiva)



La Figura 1.2 riporta il perimetro dei prodotti 'broad', si tratta di categorie di beni vendute non esclusivamente per ragioni legate al mondo dello sport. Le elaborazioni riferite a queste tipologie di prodotto richiedono analisi specifiche anche solo per una semplice stima del valore delle esportazioni che potrebbero essere collegate allo sport e, quindi, risulterebbe fuorviante offrire un'analisi relativa al potenziale che per metodo si basa sulle vendite dei principali concorrenti in quelle categorie merceologiche. Per una panoramica più dettagliata delle categorie di prodotto 'broad' si faccia riferimento all'appendice 2B. Si tratta in tutto di 41 categorie di beni riclassificate in 4 macro-categorie, per ciascuna di esse si proverà a fornire una stima il più accurata possibile del rispettivo flusso di export.

Figura 1.2: il perimetro 'broad' dello studio

(numero di prodotti per settore)



3. Il peso della componente ‘core’ dello sport nel commercio mondiale

Il mercato globale dei beni ‘core’ legati al mondo dello sport ha registrato una crescita pressoché costante nel corso degli ultimi anni, con un’unica eccezione significativa nel 2023. Il Grafico 2.1 mostra l’andamento delle esportazioni mondiali legate al settore sportivo, rappresentate dalle barre, e l’evoluzione complessiva espressa da tassi di crescita annuali dell’export mondiale, illustrata dalla linea di tendenza. Tra il 2017 e il 2023 l’export mondiale del settore sportivo ha mostrato una tendenza complessivamente positiva, interrompendo la traiettoria ascendente solo nel 2023, anno in cui si è verificata una marcata contrazione del valore delle esportazioni. Il calo potrebbe essere legato all’elevata inflazione su scala globale, che ha eroso il potere di acquisto dei consumatori. I beni sportivi sono tra le voci di spesa discrezionali più esposte al deteriorarsi del potere di acquisto per le quali l’elasticità della domanda rispetto al prezzo risulta particolarmente elevata.

Nel dettaglio, nel 2017 il volume degli scambi internazionali di beni sportivi si attestava intorno ai 106 miliardi di dollari, mentre nel 2023, nonostante il calo, il valore complessivo del mercato ha raggiunto i 128 miliardi di dollari, evidenziando comunque una crescita significativa nel periodo considerato. Il picco massimo è stato raggiunto nel 2022, quando il commercio mondiale legato allo sport ha toccato un valore record di circa 153 miliardi di dollari.

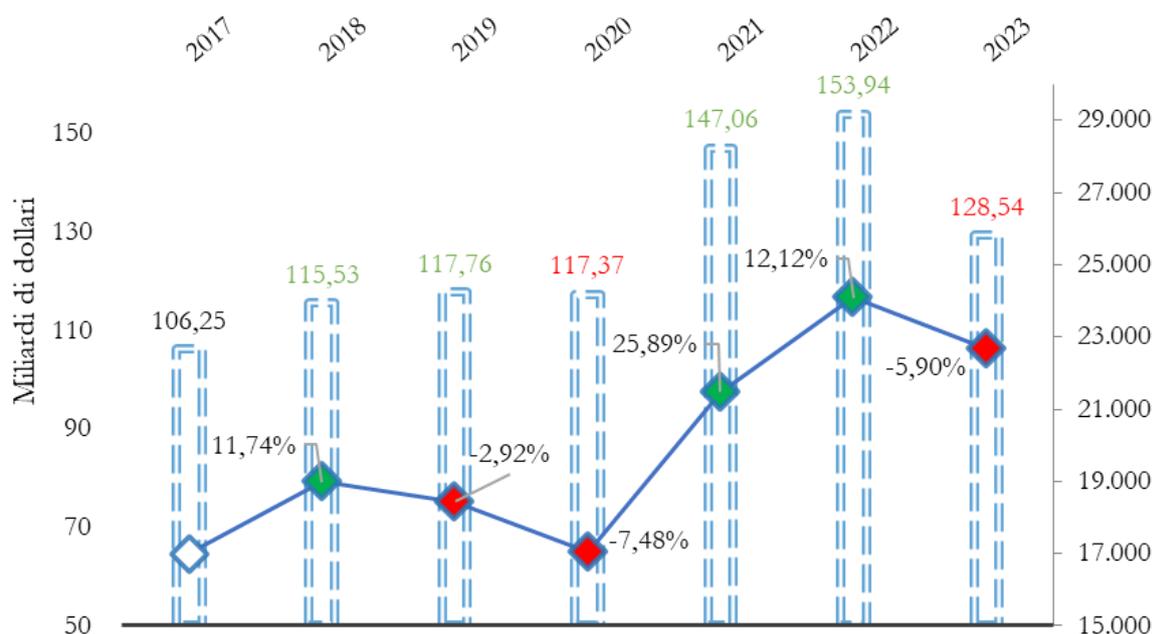
L’andamento del commercio di beni sportivi segue in larga misura le dinamiche generali del commercio mondiale, mostrando una forte correlazione nei principali trend congiunturali. Fa eccezione l’anno 2019, in cui, a fronte di una flessione del commercio globale, il settore sportivo ha invece registrato un incremento, seppur contenuto, evidenziando una certa capacità di resilienza.

Il calo registrato nel 2023, sia nel settore sportivo sia nel commercio mondiale nel suo complesso, è riconducibile a una combinazione di fattori congiunturali. Le tensioni geopolitiche e la debolezza della domanda interna – in particolare nelle economie avanzate – hanno rallentato gli scambi in diversi comparti, incluso quello sportivo. A ciò si è aggiunta la crescita dei prezzi delle materie prime, che ha inciso negativamente sul valore complessivo degli scambi⁴. Inoltre, il 2023 ha segnato un parziale riposizionamento della domanda, con una normalizzazione dei consumi dopo il boom post-pandemico registrato nei due anni precedenti, soprattutto nei segmenti legati al fitness domestico, al ciclismo e al tempo libero.

⁴ ICE (2024), *Rapporto 2023-24 – L’Italia nell’economia internazionale*.

Grafico 2.1: Il mercato sportivo cresce stabilmente, ma rallenta nel 2023

(Barre: export sportivo, scala sinistra; linea: crescita % export mondiale annua, scala destra)



Fonte: elaborazioni Fondazione Manlio Masi su dati CEPII

Il Grafico 2.2 offre una panoramica dettagliata della composizione di questo mercato, suddividendo i flussi commerciali in base alle principali categorie merceologiche associate alle diverse discipline sportive. Il grafico evidenzia il peso specifico di ciascun comparto sul totale del commercio mondiale legato al mondo dello sport.

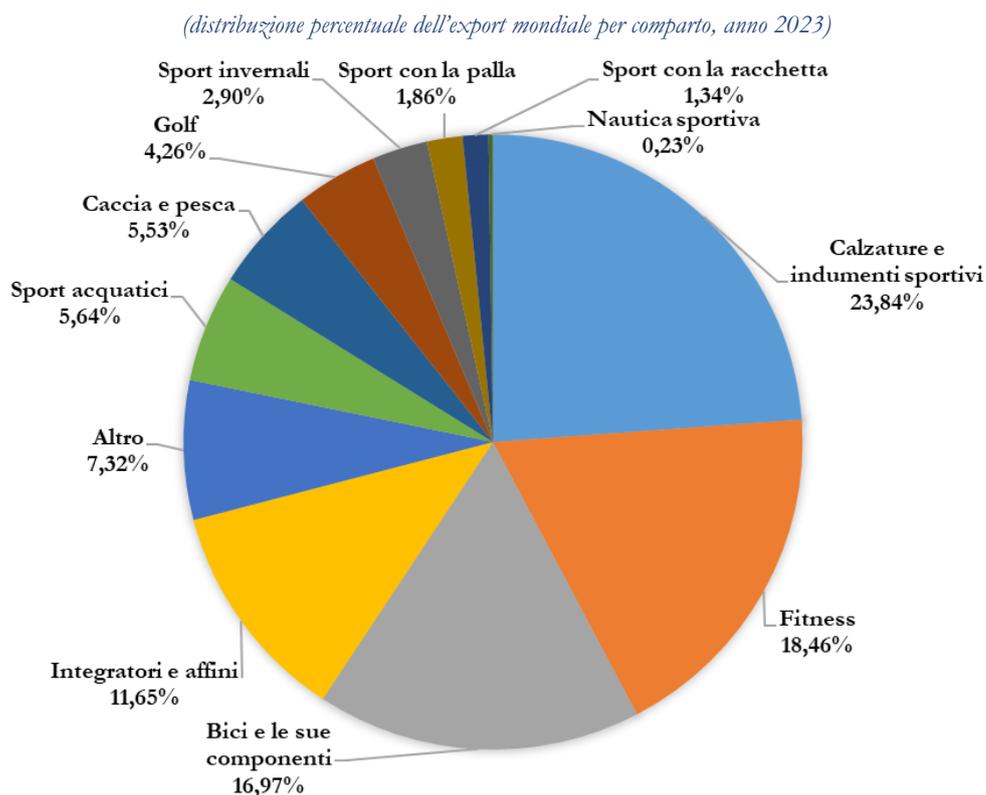
Dall'analisi emerge chiaramente che i segmenti economicamente più rilevanti sono rappresentati, in primo luogo, dalle calzature e dagli indumenti sportivi, che da soli generano un export mondiale pari a 30,64 miliardi di dollari, corrispondente a una quota significativa del 23,84% del totale. Questo dato riflette la crescente domanda globale di abbigliamento tecnico e accessori legati all'attività sportiva, nonché la diffusione della moda "athleisure", che ha ampliato l'utilizzo quotidiano di capi originariamente concepiti per lo sport.

Al secondo posto si colloca il comparto del fitness, con un valore complessivo delle esportazioni pari a 23,72 miliardi di dollari, che rappresentano il 18,46% del commercio mondiale relativo al settore sportivo. Questo dato è coerente con l'espansione internazionale del mercato del benessere, dell'allenamento individuale e delle attrezzature domestiche, fenomeni fortemente incentivati anche dalle nuove abitudini consolidate nel post-pandemia.

Segue il segmento relativo alle bici e sue componenti, che registra un valore di export pari a 21,82 miliardi di dollari, corrispondente al 16,97% del totale globale. L'interesse crescente verso una mobilità più sostenibile ha contribuito in modo determinante alla crescita di questo comparto.

Un'altra area che riveste un ruolo di primo piano è quella degli integratori e prodotti affini, il cui valore di export mondiale ha raggiunto i 14,98 miliardi di dollari, per una quota pari all'11,65%. L'aumento dell'attenzione verso la salute, la nutrizione sportiva e il miglioramento delle performance ha trainato in modo significativo la domanda internazionale per questi prodotti. Per quanto riguarda gli altri segmenti, la quota risulta generalmente pari o inferiore al 5%, indicando una dimensione più contenuta di questi comparti in termini di volume di affari.

Grafico 2.2: Calzature e abbigliamento sportivo guidano il mercato globale, seguiti da Fitness e Bici e le sue componenti



Fonte: elaborazioni Fondazione Manlio Masi su dati CEPII

La Cina si conferma leader assoluto nel commercio mondiale dei beni sportivi, mentre l'Italia si posiziona stabilmente nella top 5, evidenziando una specializzazione produttiva di rilievo. La Tabella 2.1 presenta i primi venti esportatori globali nel settore sportivo, mettendo a confronto la loro quota di mercato in questo settore con la quota detenuta nel commercio mondiale complessivo, e rilevando il rispettivo posizionamento in entrambe le classifiche.

Al vertice della graduatoria si colloca la Cina, con una quota pari al 30,60% delle esportazioni mondiali nel settore sportivo, un dato che la pone in una posizione di netto predominio rispetto a tutti gli altri paesi. Tale quota risulta più che doppia rispetto alla sua incidenza sul commercio mondiale generale (15,13%), dove comunque mantiene il primo posto. Questo scarto positivo evidenzia una specializzazione marcata della Cina nella produzione e nell'export di beni sportivi, frutto di un sistema manifatturiero altamente scalabile, integrato e competitivo sui costi.

Segue il Vietnam, con una quota del 9,31% nelle esportazioni sportive, pur rappresentando solo l'1,83% del commercio mondiale totale. Il fatto che si collochi secondo nel settore sportivo ma quindicesimo a livello globale è particolarmente significativo: indica una vocazione produttiva settoriale estremamente forte, probabilmente legata alla presenza di impianti specializzati nella produzione di abbigliamento, calzature e attrezzature conto terzi per grandi marchi internazionali. Al terzo posto troviamo la Germania, con una quota del 5,46% nel settore sportivo e del 7,19% nel commercio globale, mentre gli Stati Uniti, con il 4,38% dell'export sportivo e l'8,41% delle esportazioni complessive, si posizionano quarti nel settore, ma secondi a livello mondiale.

L'Italia, con una quota del 3,79% nelle esportazioni sportive, conferma la quinta posizione sia nel settore specifico che nel commercio mondiale complessivo (2,90%). Tuttavia, la quota italiana è nettamente più elevata nel comparto sportivo rispetto alla media globale, sottolineando una particolare competitività dell'industria nazionale in questo ambito. Ciò può essere ricondotto a diversi fattori: la presenza di distretti produttivi specializzati (es. calzature, attrezzature per sport invernali, biciclette), la qualità riconosciuta del design e del made in Italy, e una crescente internazionalizzazione delle imprese del settore.

Interessante anche il caso dell'Indonesia, che occupa la sesta posizione nel commercio sportivo (3,26%) ma solo la ventisettesima nel commercio globale (1,27%), a conferma di una strategia di sviluppo industriale focalizzata su segmenti a medio-alta intensità di lavoro. Lo stesso discorso vale per la Cambogia, quindicesima nel settore sportivo (1,09%) ma solo settantesima nel ranking generale (0,13%), a dimostrazione di un'elevata dipendenza da un numero limitato di comparti produttivi esportabili.

Tra gli altri Paesi rilevanti si segnalano i Paesi Bassi (3,10%) e la Francia (3,09%), che presentano una buona coerenza tra peso nel settore sportivo e quota nel commercio globale, mentre il Giappone, pur occupando la decima posizione nel commercio sportivo (2,10%), ha un peso più rilevante nel commercio mondiale generale (3,23%), evidenziando una minore focalizzazione sul settore sportivo rispetto ad altri ambiti ad alto contenuto tecnologico.

Anche paesi come India, Regno Unito, Austria e Canada mostrano un posizionamento più solido nel commercio globale rispetto a quello sportivo, a dimostrazione del fatto che il commercio dei beni sportivi rappresenta un segmento ancora di nicchia all'interno delle rispettive economie "export-oriented".

In sintesi, la distribuzione delle quote esportative suggerirebbe che, accanto ai grandi player del commercio mondiale, esiste un gruppo di Paesi – spesso emergenti – che hanno saputo costruire un vantaggio competitivo specifico nel settore sportivo, sfruttando economie di scala, manodopera a basso costo o filiere produttive dedicate. In questo contesto, l'Italia si distingue per una

specializzazione qualitativa, dimostrando la capacità del proprio sistema industriale di competere non solo sui volumi, ma soprattutto sul valore aggiunto.

Tabella 2.1: La Cina è leader del commercio legato al mondo dello sport; Italia in quinta posizione
(anno 2023)

Paese	Quota export sport	Rank	Quota export mondiale	Rank export mondiale
Cina	30,60%	1	15,13%	1
Vietnam	9,31%	2	1,83%	15
Germania	5,46%	3	7,19%	3
Stati Uniti	4,38%	4	8,41%	2
Italia	3,79%	5	2,90%	5
Indonesia	3,26%	6	1,27%	27
Paesi Bassi	3,10%	7	2,77%	7
Francia	3,09%	8	2,80%	6
Belgio	2,34%	9	1,94%	14
Giappone	2,10%	10	3,23%	4
Spagna	1,92%	11	1,82%	16
India	1,73%	12	2,02%	11
Regno Unito	1,25%	13	2,00%	12
Austria	1,14%	14	0,96%	31
Cambogia	1,09%	15	0,13%	70
Repubblica Ceca	1,05%	16	1,09%	29
Tailandia	0,95%	17	1,42%	24
Turchia	0,91%	18	1,15%	28
Polonia	0,90%	19	1,39%	25
Canada	0,88%	20	2,50%	10

Fonte: elaborazioni Fondazione Manlio Masi su dati CEPII

La Tabella 2.2 presenta i primi cinque Paesi esportatori per ciascun comparto sportivo, evidenziando la posizione dell'Italia e le rispettive quote di export. Dall'analisi emergono con chiarezza alcune dinamiche di leadership a livello globale. In particolare, la Cina si conferma come principale esportatore in 8 comparti su 12, consolidando la propria centralità nelle filiere produttive di molti beni sportivi. Fanno eccezione quattro comparti specifici: il Vietnam guida le esportazioni di calzature e indumenti sportivi con una quota del 26,56%; gli Stati Uniti si posizionano al primo posto per quanto riguarda integratori e prodotti affini (14,79%); lo Sri Lanka risulta leader nella nautica sportiva con il 16,94%; mentre l'Austria primeggia nel comparto degli sport invernali, con una quota pari al 16,99%. Un ulteriore elemento di rilievo riguarda le quote detenute dai leader di ciascun comparto. La Cina, nei segmenti in cui è al vertice, mostra quote di export comprese tra il 28,67% e il 48,87%: valori nettamente superiori rispetto a quelli registrati dai leader degli altri comparti, che raramente superano il 20%. Questi dati evidenziano non solo la predominanza cinese

in numerosi segmenti della filiera sportiva globale, ma anche come alcuni comparti – quali calzature, integratori e nautica – presentino una maggiore frammentazione del mercato, offrendo spazi competitivi potenzialmente più accessibili per i Paesi esportatori emergenti o specializzati, tra cui l'Italia.

Tabella 2.2: La Cina primeggia nella maggior parte dei comparti

(anno 2023)

Paese	Rank	Quota export
Caccia e pesca		
Cina	1	30,60%
<i>Italia</i>	2	9,57%
Giappone	3	6,33%
Stati Uniti	4	4,74%
Turchia	5	4,66%
Calzature e indumenti sportivi		
Vietnam	1	26,56%
Cina	2	23,74%
Indonesia	3	10,36%
Germania	4	6,21%
Belgio	5	5,60%
<i>Italia</i>	6	3,49%
Bici e le sue componenti		
Cina	1	28,67%
Germania	2	7,56%
Giappone	3	5,36%
Paesi Bassi	4	3,94%
<i>Italia</i>	5	3,50%
Fitness		
Cina	1	44,03%
Vietnam	2	4,91%
Stati Uniti	3	3,88%
<i>Italia</i>	4	3,77%
Germania	5	3,64%
Golf		
Cina	1	32,85%
Vietnam	2	12,93%
Stati Uniti	3	10,49%
Giappone	4	8,33%
Tailandia	5	4,09%
<i>Italia</i>	23	0,12%
Integratori e affini		
Stati Uniti	1	14,79%
Cina	2	12,31%
Paesi Bassi	3	8,02%
Germania	4	7,94%
Francia	5	5,84%
<i>Italia</i>	12	2,41%
Nautica sportiva		
Sri Lanka	1	16,94%
Stati Uniti	2	9,21%
Germania	3	7,92%
Regno Unito	4	7,75%
Danimarca	5	7,08%
<i>Italia</i>	11	3,28%

Sport acquatici		
Cina	1	38,84%
Vietnam	2	7,33%
Germania	3	5,11%
Italia	4	4,99%
Francia	5	3,36%
Sport con la palla		
Cina	1	48,87%
Pakistan	2	12,12%
Vietnam	3	8,10%
Germania	4	5,12%
Tailandia	5	4,93%
<i>Italia</i>	7	1,91%
Sport con la racchetta		
Cina	1	47,70%
Tailandia	2	7,59%
Germania	3	6,55%
Giappone	4	5,99%
Francia	5	5,46%
<i>Italia</i>	18	0,66%
Sport invernali		
Austria	1	16,99%
Cina	2	12,63%
<i>Italia</i>	3	11,11%
Romania	4	9,94%
Repubblica Ceca	5	7,25%
Altro		
Cina	1	45,20%
Stati Uniti	2	6,82%
Germania	3	3,93%
Repubblica Ceca	4	3,65%
Francia	5	3,36%
<i>Italia</i>	9	2,75%

Fonte: elaborazioni Fondazione Manlio Masi su dati CEPII

Per quanto riguarda l'import, gli Stati Uniti rappresentano il mercato di riferimento più rilevante per i beni legati al mondo dello sport, con una quota pari al 17,40% dell'import mondiale. La Tabella 2.3 riporta i principali venti importatori mondiali di beni sportivi, affiancati da una selezione di Paesi target — evidenziati in grassetto — che, in alcuni casi, pur non rientrando tra i maggiori mercati per volumi, saranno oggetto di approfondimento nei capitoli successivi. Per questo motivo, accanto ai grandi mercati tradizionali, sono stati inclusi anche alcuni Paesi che, pur non rientrando tra i primi venti in termini di volumi d'importazione, rivestono comunque un interesse strategico o geopolitico per il posizionamento internazionale dell'offerta italiana.

Nel mercato statunitense, l'Italia detiene una quota del 3,26%, posizionandosi sesta tra i fornitori di beni sportivi. Questo dato, pur collocando l'Italia nella top 10, indica margini di miglioramento in un mercato altamente competitivo e strategico, che da solo assorbe quasi un quinto delle importazioni mondiali del settore.

Al secondo posto per importanza si colloca la Germania, con una quota del 8,6% dell'import mondiale. Qui l'Italia vanta una quota pari al 5,07%, che le consente di occupare la quinta posizione, a conferma della forte integrazione commerciale tra i due Paesi e della buona percezione del prodotto italiano sul mercato tedesco.

In Francia, terzo importatore mondiale con una quota del 5,09%, l'Italia registra una delle sue migliori performance, con una quota del 9,05%, che le consente di posizionarsi al quarto posto nel mercato. Questo dato riflette una relazione commerciale particolarmente solida e una domanda sostenuta per i prodotti sportivi italiani, verosimilmente riconducibile al valore percepito del “made in Italy” anche in ambito sportivo.

Nei Paesi Bassi, quarto importatore globale, l'Italia detiene una quota del 4,47%, collocandosi nona, mentre in Giappone, quinto mercato per volumi di importazione (4,14%), la quota italiana si attesta all'1,45%, con un ottavo posto, segnalando potenzialità ancora parzialmente inesprese.

Nel Regno Unito, l'Italia detiene una quota del 3,69%, occupando la settima posizione, mentre nel mercato spagnolo, ottavo per importanza, la quota italiana sale al 7,31%, che vale un quinto posto tra i principali fornitori. Anche in Austria, Polonia e Svizzera, l'Italia mostra performance solide, posizionandosi rispettivamente al quarto, quinto e terzo posto nei relativi mercati, con quote comprese tra il 5,85% e il 6,84%.

Alcuni Paesi non compresi tra i principali importatori mondiali — come Qatar, Nigeria, Marocco, Vietnam, India o Sud Africa — sono stati comunque inclusi nell'analisi. Questa scelta risponde all'obiettivo di fornire, nei capitoli successivi, un approfondimento mirato su mercati di interesse specifico, che possono rappresentare nuove opportunità di crescita, anche se oggi presentano volumi relativamente contenuti.

In questi contesti, la quota italiana può risultare significativa: ad esempio in Qatar (quota del 5,92%), in Turchia (7,98%) o in Marocco (5%), l'Italia figura tra i principali esportatori, spesso in assenza di un'elevata concorrenza internazionale diretta. Questi mercati, sebbene marginali in termini assoluti, possono quindi rivelarsi strategici per azioni di penetrazione commerciale o per lo sviluppo di relazioni bilaterali più strutturate.

In sintesi, l'Italia mostra una presenza consolidata nei principali mercati europei e una crescente competitività anche in aree meno presidiate dal commercio globale, confermando così il proprio ruolo di attore rilevante nel commercio internazionale dei beni sportivi.

Tabella 2.3: Gli Stati Uniti rappresentano il mercato più grande per i beni legati al mondo dello sport
(anno 2023)

Paese	Quota import	Rank	Quote di mercato Italia	Rank Italia nel mercato
Stati Uniti	17,40%	1	3,26%	6
Germania	8,06%	2	5,07%	5
Francia	5,09%	3	9,05%	4
Paesi Bassi	4,47%	4	3,68%	9
Giappone	4,14%	5	1,45%	8
Regno Unito	3,69%	6	4,34%	7
Italia	3,37%	7	-	-
Spagna	3,31%	8	7,31%	5
Canada	3,23%	9	1,36%	8
Cina	2,51%	10	3,02%	7
Corea del Sud	2,09%	11	2,27%	6
Polonia	1,96%	12	5,85%	5
Austria	1,89%	13	6,53%	4
Australia	1,86%	14	2,63%	7
Belgio	1,80%	15	5,27%	6
Messico	1,78%	16	1,07%	9
Svizzera	1,68%	17	6,84%	3
Federazione Russa	1,33%	18	1,99%	6
Singapore	1,28%	19	1,12%	10
Emirati Arabi Uniti	1,27%	20	3,06%	6
Vietnam	1,10%	23	0,35%	16
Svezia	0,94%	24	3,86%	8
Arabia Saudita	0,89%	26	3,06%	5
Brasile	0,73%	30	2,88%	6
Indonesia	0,67%	32	0,63%	10
India	0,60%	36	1,87%	7
Turchia	0,56%	37	7,98%	3
Sud Africa	0,41%	44	3,62%	7
Argentina	0,28%	51	2,14%	8
Qatar	0,17%	63	5,92%	6
Nigeria	0,16%	64	1,04%	9
Marocco	0,16%	65	5,00%	6

Fonte: elaborazioni Fondazione Manlio Masi su dati CEPII

4. Posizionamento dell'Italia nella componente 'core': struttura e trend dell'export di articoli sportivi made in Italy

L'export italiano relativo al mondo dello sport è cresciuto negli ultimi anni, ma ha vissuto due flessioni nel 2020 e 2023. Il Grafico 3.1 evidenzia l'andamento dell'export italiano di beni sportivi tra il 2017 e il 2023, mostrando una tendenza complessivamente positiva, seppur con alcune fasi di rallentamento. I dati, espressi in milioni di euro, sono accompagnati dai differenziali rispetto all'anno precedente, che permettono di cogliere con maggiore chiarezza i momenti di espansione e contrazione del commercio estero italiano nel settore sportivo.

L'export italiano per i beni legati al mondo sportivo si attesta a circa 4,7 miliardi di euro nel 2024 Nel periodo osservato, l'Italia ha registrato una crescita costante dell'export sportivo, con valori che passano da circa 3,9 miliardi di euro nel 2017 fino a oltre 4,7 miliardi nel 2024, segnando un incremento complessivo di poco meno di un miliardo di euro in sei anni. Questa tendenza evidenzia un rafforzamento strutturale del settore, favorito sia dalla ripresa post-pandemica sia da una domanda crescente per beni sportivi made in Italy, legati a comparti come ciclismo, sport invernali e abbigliamento tecnico.

Il 2020 rappresenta il primo vero momento di flessione nel periodo, con una contrazione rispetto all'anno precedente – un dato in linea con la dinamica globale influenzata dalla crisi sanitaria legata al COVID-19, che ha colpito duramente la produzione e la domanda internazionale. Tuttavia, già nel 2021 si osserva una decisa ripresa, confermata anche nel 2022, che segna il picco del periodo sia in termini di valore assoluto dell'export che di crescita percentuale rispetto all'anno precedente. Nel 2023, invece, si registra un rallentamento della crescita, con un lieve calo rispetto al 2022. Il 2024, invece, si attesta sui livelli osservati nel 2023. Sebbene il valore dell'export si mantenga su livelli elevati, il differenziale negativo segnala un'inversione di tendenza rispetto al biennio precedente.

Nonostante il rallentamento del 2023, confermato nel 2024, il trend generale del periodo 2017–2024 rimane positivo e testimonia la capacità dell'Italia di posizionarsi con successo sui mercati internazionali nel comparto sportivo. La crescita cumulata e la resilienza mostrata durante e dopo la pandemia confermano la solidità del sistema produttivo italiano e le sue potenzialità di sviluppo nei mercati esteri, soprattutto in contesti ad alta specializzazione.

Grafico 3.1: L'export italiano sportivo cresce stabilmente, ma rallenta nel 2023

(miliardi di euro, differenziali % rispetto ad anno precedente)

Fonte: elaborazioni
 Fondazione Manlio Masi
 su dati ISTAT



Il comparto delle calzature e dell'abbigliamento sportivo si conferma come il principale motore dell'export italiano nel settore dei beni sportivi, posizionandosi al primo posto per valore delle esportazioni e distanziando nettamente gli altri comparti. Come illustrato nella Tabella 3.1, che riporta i dati relativi al 2024, l'export del comparto relativo a calzature e abbigliamento sportivo ha raggiunto circa 1,13 miliardi di euro, rappresentando una quota significativa del totale.

Al secondo posto si colloca il comparto del fitness, con un valore di esportazioni pari a 878 milioni di euro. Seguono le biciclette e le loro componenti, che registrano un volume di export di 759 milioni di euro, confermando la rilevanza della filiera ciclistica all'interno del panorama sportivo italiano. Il comparto della caccia e pesca totalizza 559 milioni di euro, mentre quello legato agli sport acquatici si attesta a 354 milioni di euro.

Anche gli sport invernali mostrano una buona performance, con esportazioni pari a 346 milioni di euro. A breve distanza si trova il comparto degli integratori e prodotti affini, che raggiunge i 335 milioni di euro, a testimonianza della crescente importanza del segmento legato al benessere e alla nutrizione sportiva.

I restanti comparti presentano volumi di export sensibilmente più ridotti, contribuendo in misura marginale al totale. Complessivamente, i dati evidenziano come il settore delle calzature e dell'abbigliamento sportivo rappresenti una punta di eccellenza dell'industria italiana, sostenuto da una forte tradizione manifatturiera, design innovativo e riconoscibilità del brand a livello internazionale.

Tabella 3.1: Calzature e abbigliamento sportivo rappresentano il comparto principale per volumi di export, seguiti da fitness e ciclismo

(milioni di euro, anno 2024)

Fonte: elaborazioni
 Fondazione Manlio Masi
 su dati ISTAT

Sport di riferimento	Export
Calzature e indumenti sportivi	1.136
Fitness	878
Bici e le sue componenti	759
Caccia e pesca	559
Sport acquatici	354
Sport invernali	346
Integratori e affini	335
Sport con la palla	31
Sport con la racchetta	13
Nautica sportiva ⁵	7
Golf	3
Altro ⁶	277

L'Italia si posiziona al secondo posto nel comparto Caccia e pesca ma la quota più alta la detiene negli sport invernali.

Per quanto riguarda la posizione dell'Italia nel commercio globale dei beni sportivi, si registrano risultati particolarmente positivi in alcuni comparti specifici. In particolare, il bel Paese mostra una forte competitività nel settore degli sport invernali, dove detiene una quota del commercio mondiale pari all'11,11% posizionandosi al terzo posto, grazie a una consolidata tradizione produttiva, a distretti specializzati e a una riconosciuta qualità del made in Italy. Anche nel segmento della caccia e pesca, l'Italia occupa una posizione di rilievo, con una quota di mercato pari al 9,57% e seconda nel rank. Da segnalare, inoltre, la buona performance nel comparto degli sport acquatici, dove l'Italia rappresenta il 4,99% dell'export mondiale, posizionandosi al quarto posto. Anche per il settore del fitness e bici e le sue componenti, l'Italia ricopre una posizione di rilievo in termini di ranking ricoprendo, rispettivamente, la quarta e la quinta posizione nell'export mondiale, seppur detenga quote pari al 3,77% e 3,5%.

Negli altri segmenti, sebbene l'Italia sia presente, la quota detenuta risulta generalmente inferiore al 5%, e una posizione in termini di ranking più bassa, indicando margini di miglioramento e potenziali aree di sviluppo per il futuro.

Surplus nella bilancia commerciale italiana dei beni sportivi. Nel 2023, la bilancia commerciale dell'Italia per i beni legati al mondo dello sport ha registrato un saldo positivo pari a circa 607 milioni di dollari. L'analisi per comparto evidenzia tuttavia alcune differenze: si rilevano deficit commerciali nei segmenti di calzature e indumenti sportivi, sport con la palla, sport con la racchetta e golf. Tutti gli altri comparti, invece, presentano un saldo attivo, contribuendo al risultato complessivo di surplus.

⁵ La categoria 'Nautica sportiva' comprende i seguenti prodotti: barche a vela di lunghezza pari o inferiore a 7,5 metri; vele per imbarcazioni e tavole a vela.

⁶ La categoria 'Altro' include i seguenti prodotti: bastoni, fruste e articoli simili; biliardi e relativi accessori; giochi sportivi e piscine (n.c.a.); palloni; alianti e deltaplani; paracadute e loro componenti; pattini da ghiaccio o a rotelle, incluse le scarpe.

Tabella 3.2: Caccia e pesca: miglior posizionamento dell'Italia; quota più alta negli sport invernali; bilancia commerciale in surplus

(Quota, posizionamento per comparto e saldo netto in milioni di dollari, anno 2023)

Fonte: elaborazioni
 Fondazione Manlio Masi
 su dati CEPII

Sport di riferimento	Quota Italia	Rank Italia	Saldo netto
Sport invernali	11,11%	3	114
Caccia e pesca	9,57%	2	552
Sport acquatici	4,99%	4	18
Fitness	3,77%	4	316
Bici e le sue componenti	3,50%	5	6
Calzature e indumenti sportivi	3,49%	6	-405
Nautica	3,28%	11	-3
Altro	2,75%	8	19
Integratori e affini	2,41%	12	47
Sport con la palla	1,91%	7	-9
Sport con la racchetta	0,66%	17	-46
Golf	0,12%	22	-3
TOTALE	3,79%	5	607

La Tabella 3.3 presenta i principali mercati di destinazione dell'export italiano nel settore sportivo, evidenziando i primi venti Paesi per volumi esportati, integrati con una selezione di Paesi target di approfondimento, riportati in grassetto. I valori, espressi in milioni di euro, fotografano una chiara predominanza dei mercati occidentali nella domanda di beni sportivi italiani, con una forte concentrazione nei Paesi europei e nordamericani.

In testa alla classifica si posizionano gli Stati Uniti, con un valore di export pari a 675 milioni di euro, confermandosi come il primo mercato di sbocco per il settore sportivo italiano. Questo dato è coerente con l'elevata propensione al consumo sportivo del mercato statunitense, nonché con la diffusione di brand italiani in segmenti ad alto valore aggiunto come calzature, abbigliamento e attrezzature tecniche.

Seguono, in seconda e terza posizione, Francia (567 milioni) e Germania (526 milioni), due mercati storicamente rilevanti per l'export italiano, anche grazie alla prossimità geografica e all'integrazione commerciale nell'ambito dell'Unione Europea. In quarta posizione si colloca la Spagna (316 milioni), mentre i Paesi Bassi chiudono la top 5 con 202 milioni di euro. Il Regno Unito, la Svizzera, la Polonia e l'Austria rientrano nella classifica tra i primi dieci, confermando una forte concentrazione dell'export italiano in ambito europeo. In decima posizione troviamo il primo mercato asiatico, ovvero la Cina, con un export pari a 113 milioni di euro.

Altri mercati extra-europei asiatici, tra cui il Giappone (81 milioni), Hong Kong (62 milioni) e Emirati Arabi Uniti (57 milioni) si distinguono come principali sbocchi orientali per i prodotti sportivi italiani. Sebbene non ancora ai livelli dei mercati occidentali, il peso crescente di questi Paesi evidenzia opportunità di sviluppo interessanti, soprattutto in relazione alla crescita dei consumi sportivi e all'emergere di nuove classi medie.

Al di fuori della top 20, sono riportati anche alcuni Paesi target – selezionati per il loro interesse strategico – che, pur presentando valori di export inferiori, meritano attenzione in ottica di

potenziale espansione. Tra questi figurano, ad esempio, Corea del Sud (53 milioni), Arabia Saudita (38 milioni), Messico (28 milioni), Sud Africa (21 milioni) e Brasile (18 milioni). Anche Singapore, India, Qatar e Marocco mostrano valori compresi tra 8 e 12 milioni di euro, mentre Argentina, Vietnam, Indonesia e Nigeria registrano esportazioni più limitate, ma potrebbero rappresentare mercati emergenti su cui costruire un presidio commerciale nei prossimi anni.

In sintesi, la tabella conferma come l'export italiano nel settore sportivo sia fortemente radicato nei mercati occidentali, ma con segnali di apertura verso nuove geografie di crescita, in particolare in Asia, Medio Oriente e America Latina. I dati suggeriscono quindi la necessità di consolidare la posizione nei mercati maturi e parallelamente investire nella penetrazione di mercati emergenti, con strategie commerciali differenziate e adattate alle specificità locali.

Tabella 3.3: Export sportivo italiano: Stati Uniti al vertice, top 10 dominata dai mercati occidentali

(Milioni di euro, primi 20 mercati e Paesi target selezionati, anno 2024)

Fonte: elaborazioni
Fondazione Manlio Masi
su dati ISTAT

Paese	Export	Rank
Stati Uniti	675	1
Francia	567	2
Germania	526	3
Spagna	316	4
Paesi Bassi	202	5
Regno Unito	186	6
Svizzera	149	7
Polonia	141	8
Austria	132	9
Cina	113	10
Belgio	108	11
Croazia	68	12
Romania	67	13
Grecia	66	14
Giappone	65	15
Australia	64	16
Hong Kong	62	17
Emirati Arabi Uniti	57	18
Turchia	56	19
Cechia	54	20
Corea del Sud	53	21
Svezia	46	22
Canada	44	23
Arabia Saudita	38	26
Messico	28	32
Sud Africa	21	36
Brasile	18	38
Singapore	12	45
India	11	49
Qatar	10	52
Marocco	8	58
Argentina	7	63
Vietnam	7	67
Indonesia	5	72
Nigeria	1	104

Gli Stati Uniti, la Francia e la Germania rappresentano i principali mercati di destinazione dell'export sportivo italiano tra i Paesi target, coprendo complessivamente quasi il 50% del totale. Il Grafico 3.2 mostra la composizione dell'export italiano del settore sportivo, limitatamente ai Paesi oggetto di analisi nei capitoli successivi.

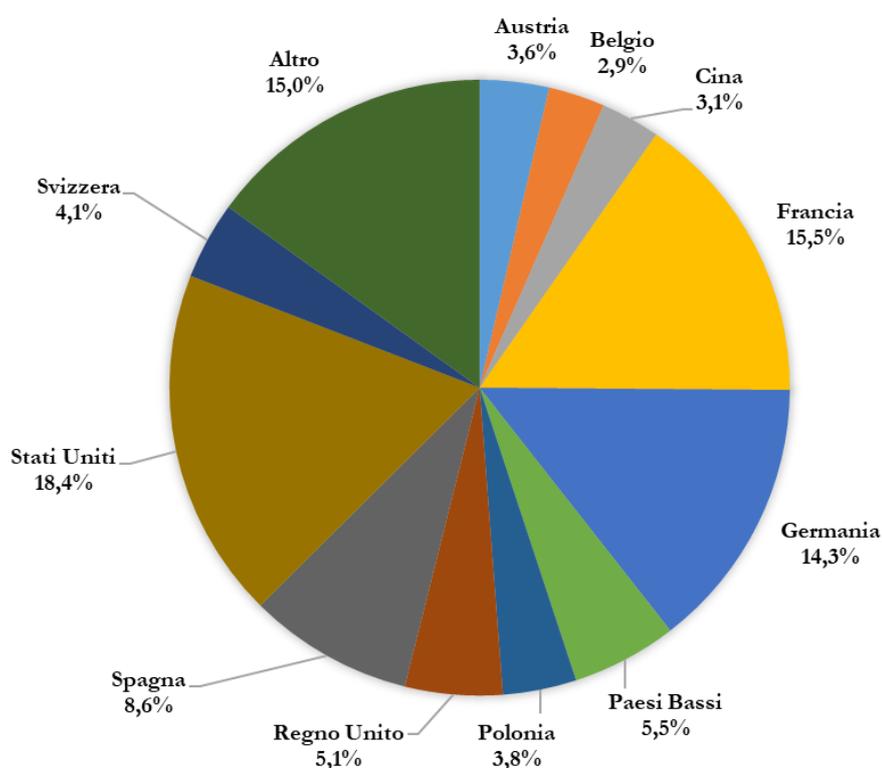
Gli Stati Uniti costituiscono il primo mercato, con una quota pari al 18,4% del totale, ovvero quasi un quinto delle esportazioni del comparto. Seguono Francia e Germania, con quote rispettivamente pari al 15,5% e al 14,3%. Questi tre Paesi da soli assorbono circa la metà dell'export sportivo italiano, confermandone il ruolo centrale come partner commerciali.

Tra gli altri mercati rilevanti figura la Spagna, con una quota dell'8,6%, seguita da Paesi Bassi (5,5%) e Regno Unito (5,1%). I restanti Paesi target registrano invece quote inferiori al 5%, evidenziando un peso relativamente contenuto nell'export italiano del settore.

Questi dati confermano la maggiore penetrazione dell'export sportivo italiano nei mercati occidentali, a fronte di una presenza ancora limitata nei grandi mercati emergenti, come la Cina. Per espandersi in queste aree, sarà fondamentale puntare sulla qualità e sul posizionamento nei segmenti medio-alti, evitando la competizione sui prezzi con i produttori asiatici.

Grafico 3.2: Stati Uniti, Francia e Germania rappresentano quasi il 50% dell'export italiano nel settore sportivo.

(Composizione e quote % dell'export considerando soltanto i Paesi target, anno 2024)



Fonte: elaborazioni Fondazione Manlio Masi su dati ISTAT

5. Una stima della componente 'broad' dell'export di beni legati al mondo dello sport

Per tutte quelle categorie di beni che solo in parte sono riconducibili al mondo dello sport, viene scelta una metodologia di calcolo che si basa su diverse fonti e assunzioni.

Una componente notevole è rappresentata dai motori: auto e motocicli per lo sport. A tal fine si è ritenuto utile individuare un insieme di marchi con focus sul motosport. Molte delle auto e moto 'sportive' sono prodotte per i mercati esteri, è stata fatta l'assunzione che una percentuale del 90% dei fatturati delle principali case di produzione di motori sportivi sia costituita da esportazioni. Di questo ammontare di vendite, solo una parte molto ridotta (pari all'1% delle auto e al 5% delle moto) viene attribuita a veicoli riconducibili ad attività sportive (es. corse su pista o *off-road*). Si giunge così a una stima pari a €174,3 milioni di euro di export in questo settore (94,9 per le auto e 79,4 per le moto). La stima è basata su dati di bilancio 2023.

Per gli altri comparti ci si è basati invece sui dati Istat riferiti all'export per singola categoria di bene, scontandoli attraverso dei fattori calcolati a partire dai conti satellite dello sport. In particolare, la CE 2018⁷, fornisce delle stime del valore aggiunto imputabile a settori ATECO con due cifre di disaggregazione per i comparti afferenti alla manifattura. I dati riportati fanno riferimento al valore aggiunto per comparto direttamente riconducibile ad attività sportive nel 2012, ultimo anno disponibile ai tempi dello studio, e per questi sono stati reperiti i corrispettivi totali di valore aggiunto nello stesso anno a partire da Istat. È così stato possibile calcolare in quale percentuale il valore di ciascun comparto fosse riconducibile al mondo dello sport ed è stata adottata l'assunzione che tale proporzione fosse la stessa per il valore dell'export. Per la categoria residuale altro è stata utilizzata l'incidenza media calcolata a partire dai dati riferiti all'intera economia.

La Tabella 4.1 riporta le stime dell'export di beni riconducibili solo in parte al mondo dello sport. In totale il valore ammonta a oltre 177,9 milioni di euro, per lo più attribuibili ai motori sportivi (174,3 milioni), in misura più contenuta alla nautica (2,1 milioni), quasi risibile ad 'Altre calzature e indumenti' (quasi mezzo milione) e ad altre categorie residuali (quasi un milione).

Tabella 4.1: valore export per categorie 'Broad'

(in euro)

Fonte: elaborazioni
Fondazione Manlio Masi
su dati ISTAT, Moody's-
Aida e Commissione
Europea 2018.

Comparto	Valore export in € per categoria 'broad'
Altra nautica	2.088.500
Motori	174.309.737
Altre calzature e indumenti	490.427
Altro	987.055
Totale	177.875.719

⁷ Fonte: Commissione Europea, Study on the Impact of Sport through Sport Satellite Accounts, Aprile 2018.

6. Il potenziale del mercato legato al mondo dello sport nella componente 'core'

L'obiettivo di questo capitolo è analizzare le potenziali opportunità future per l'export italiano nel settore sportivo per la componente 'core'. L'analisi si concentra sulla quantificazione del potenziale di export aggiuntivo nei diversi comparti e Paesi, offrendo una base per identificare le aree di maggiore interesse strategico.

Trasformare questo potenziale in esportazioni effettive rappresenta una sfida ambiziosa, che richiede da un lato un rafforzamento della competitività del sistema produttivo, e dall'altro la capacità di intercettare le opportunità emergenti. Le imprese dovranno operare in un contesto internazionale caratterizzato da rapidi mutamenti e forte incertezza, che influiscono direttamente sulle dinamiche di domanda estera.

Le prospettive globali restano incerte: le previsioni attuali indicano una crescita del PIL mondiale intorno al 2,8% nel 2025, un ritmo stabile ma ancora contenuto⁸. Tra i principali fattori di rischio si segnalano l'intensificarsi dei conflitti internazionali e delle tensioni geopolitiche. A questi si aggiunge l'impatto della nuova amministrazione statunitense: la rielezione di Donald Trump potrebbe segnare un ritorno a politiche commerciali protezioniste, con l'introduzione di nuovi dazi che coinvolgono anche beni italiani ed europei, alimentando l'incertezza sulle future condizioni di accesso al mercato USA.

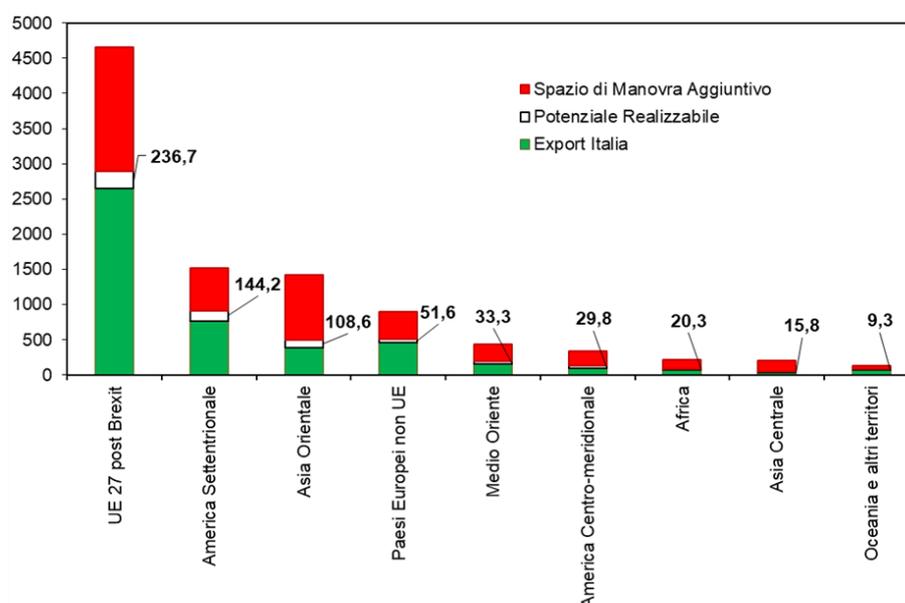
L'UE27 si conferma l'area con il più alto potenziale realizzabile, seguita dall'America settentrionale e dall'Asia orientale. Il Grafico 5.1 illustra l'export attuale, il potenziale realizzabile e lo spazio di manovra aggiuntivo, suddivisi per area geografica. Il mercato più rilevante per il Made in Italy, sia in termini di export effettivo sia di potenziale, è rappresentato dall'UE27, con un potenziale realizzabile stimato in circa 236 milioni di euro. Segue l'America settentrionale, secondo mercato per importanza, con un potenziale pari a circa 144 milioni di euro. L'Asia orientale si configura come un'ulteriore area di interesse strategico, con un potenziale stimato intorno ai 108 milioni di euro. Le restanti aree geografiche evidenziano invece margini significativamente inferiori. Considerando lo spazio di manovra aggiuntivo l'UE27 si conferma l'area prioritaria, seguita dall'Asia orientale. Quest'ultima, in particolare, riafferma la propria centralità nello scenario degli scambi internazionali, soprattutto alla luce delle recenti politiche protezionistiche adottate dagli Stati Uniti.

⁸ IMF (2025), *World Economic Outlook – Aprile 2025*.

Grafico 5.1: UE 27 post Brexit presenta il mercato principale sia in termini di volumi sia in termini di potenziale realizzabile

(Aree geografiche ordinate per potenziale realizzabile, milioni di euro, anno 2023)

Fonte: elaborazioni
 Fondazione Manlio Masi
 su dati ISTAT



Calzature e indumenti sportivi primi per potenziale realizzabile, seguiti da caccia e pesca e fitness.

Il Grafico 5.2 presenta l'export attuale, il potenziale realizzabile e lo spazio di manovra aggiuntivo, suddivisi per comparto. Il comparto con le maggiori opportunità in termini di potenziale realizzabile è quello delle calzature e indumenti sportivi, con un valore stimato di circa 154 milioni di euro. Seguono caccia e pesca (138 milioni), fitness (100 milioni) e bici e componentistica (circa 95 milioni). Gli sport invernali evidenziano un potenziale di circa 60 milioni di euro, mentre per gli sport acquatici si stimano 44,8 milioni, e per il comparto integratori e affini circa 23 milioni di euro.

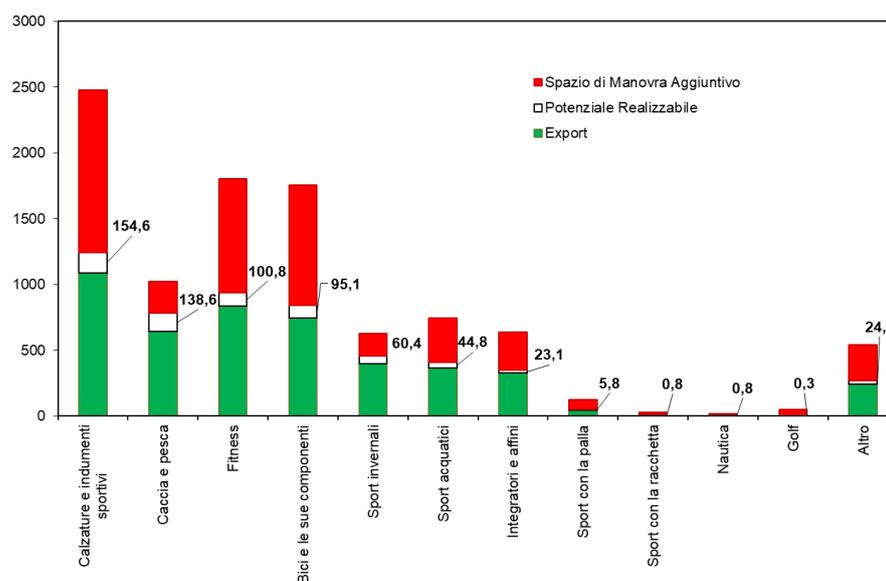
Gli altri comparti presentano potenziali sensibilmente più contenuti, in parte a causa della loro dimensione ridotta in termini di volumi esportabili.

Analizzando lo spazio di manovra aggiuntivo il comparto delle calzature e indumenti sportivi si conferma strategico. Anche fitness e bici e componentistica offrono margini significativi di crescita. Al contrario, caccia e pesca, pur collocandosi al secondo posto per potenziale, mostra uno spazio contendibile più limitato, suggerendo un livello di saturazione relativamente elevato rispetto ai mercati di riferimento.

Grafico 5.2: Calzature e indumenti sportivi e Caccia e pesca presentano il potenziale realizzabile più alto

(Comparti ordinati per potenziale realizzabile, milioni di euro, anno 2023)

Fonte: elaborazioni Fondazione Manlio Masi su dati ISTAT



Stati Uniti, Francia e Germania sono i principali mercati per potenziale realizzabile. Il Grafico 5.3 presenta l'export attuale, il potenziale realizzabile e lo spazio di manovra aggiuntivo, suddivisi per Paese target.

Gli Stati Uniti si confermano il mercato principale, sia in termini di export effettivo sia di potenziale realizzabile, stimato in circa 133 milioni di euro. Tuttavia, tale valore va interpretato con cautela, alla luce delle recenti politiche protezionistiche statunitensi, che rappresentano un'ulteriore sfida per le imprese italiane. L'introduzione di dazi può infatti alterare la competitività, favorendo le imprese domestiche rispetto a quelle estere, con possibili ripercussioni sulle opportunità di export nel breve-medio periodo.

Germania e Francia seguono con potenziali realizzabili pari, rispettivamente, a circa 46 milioni e 38 milioni di euro. Anche altri Paesi europei, come Spagna, Austria, Paesi Bassi, Regno Unito e Svizzera, offrono interessanti prospettive di sviluppo, con valori compresi tra 17 e 25 milioni di euro.

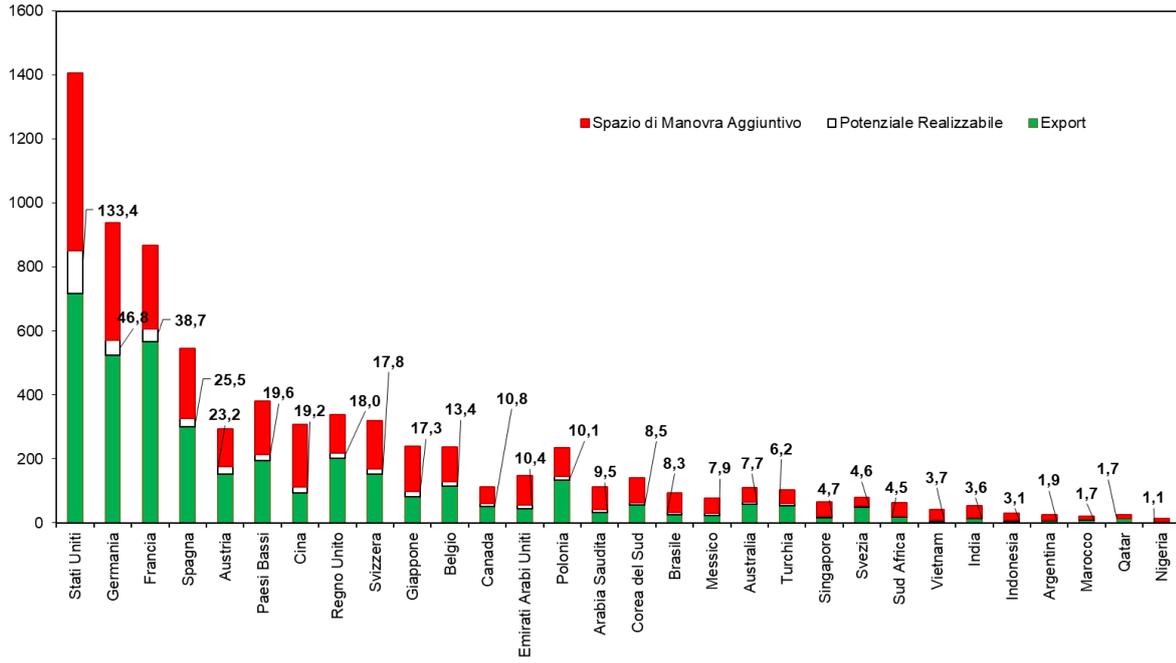
Tra i mercati non occidentali, spiccano Cina e Giappone, con potenziali pari a circa 19 milioni e 17,3 milioni di euro, rispettivamente. Altri mercati di rilievo in questa categoria sono gli Emirati Arabi Uniti e l'Arabia Saudita, con stime di circa 10 milioni e 9,5 milioni di euro.

I restanti Paesi target mostrano livelli inferiori sia di export attuale sia di potenziale realizzabile.

Infine, lo spazio di manovra aggiuntivo riflette in larga parte la stessa gerarchia emersa dall'analisi del potenziale realizzabile, confermando la priorità strategica dei mercati sopra menzionati.

Grafico 5.3: Gli Stati Uniti presentano le opportunità migliori in termini di potenziale realizzabile

(Paesi target ordinati per potenziale realizzabile, milioni di euro, anno 2023)



Fonte: elaborazioni Fondazione Manlio Masi su dati ISTAT

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core' – Schede Paese

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'⁹ – Schede Paese

In questa sezione viene analizzata la struttura e il potenziale dell'export dei beni sportivi core nei paesi target. Le schede paese, presentate in ordine alfabetico, riguardano i seguenti mercati: Arabia Saudita, Argentina, Australia, Austria, Belgio, Brasile, Canada, Cina, Corea del Sud, Emirati Arabi Uniti, Francia, Germania, Giappone, India, Indonesia, Marocco, Messico, Nigeria, Paesi Bassi, Polonia, Qatar, Regno Unito, Singapore, Spagna, Stati Uniti, Sud Africa, Svezia, Svizzera, Turchia e Vietnam.

Ciascuna scheda è articolata nel seguente modo:

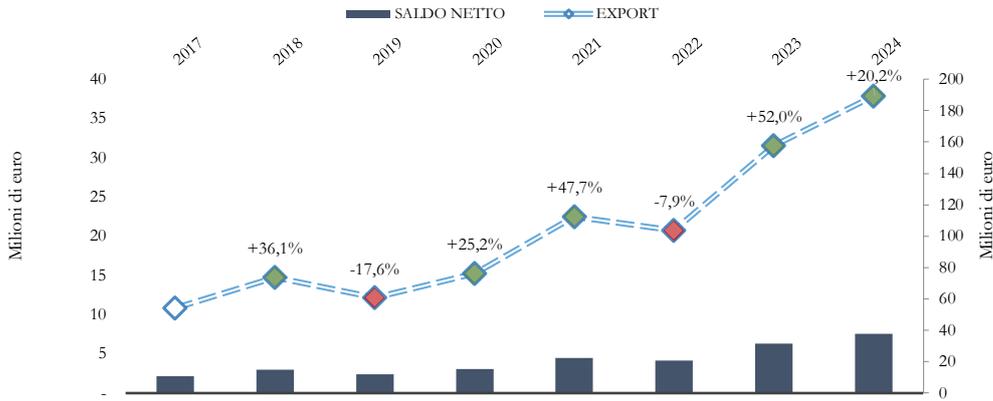
- La Figura 1 mostra l'andamento dell'export dei beni sportivi core dal 2017 al 2024, con il relativo saldo netto per ciascun anno.
- Il riquadro celeste riporta informazioni chiave per il paese: valore dell'export italiano, incidenza sul totale dell'export nazionale, potenziale realizzabile e spazio di manovra aggiuntivo.
- La Figura 2 presenta la quota di mercato dei primi 10 paesi esportatori, inclusa l'Italia.
- La Figura 3 illustra la composizione dell'export italiano per settore.
- La Figura 4 confronta export effettivo, potenziale realizzabile e spazio di manovra aggiuntivo, suddivisi per settore.

Seguono le tabelle di dettaglio per ciascun settore, a livello di prodotto. Per ogni prodotto sono riportati: la quota dell'Italia, l'export effettivo, il potenziale realizzabile, lo spazio di manovra aggiuntivo, il posizionamento di prezzo e i principali concorrenti, con indicazione tra parentesi del posizionamento dell'Italia.

⁹ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'¹⁰ – Arabia Saudita

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



38	Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)	0,8%	Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024
9	Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)	70	Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

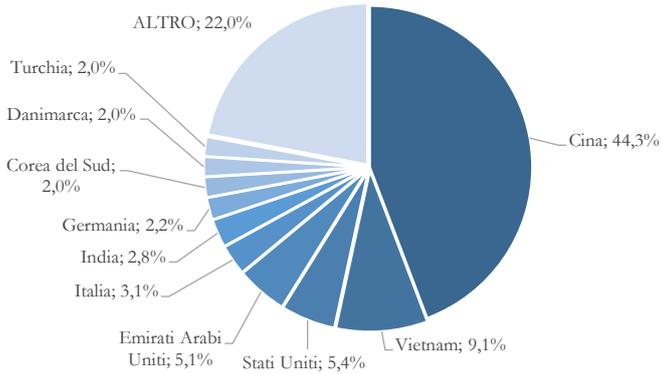


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

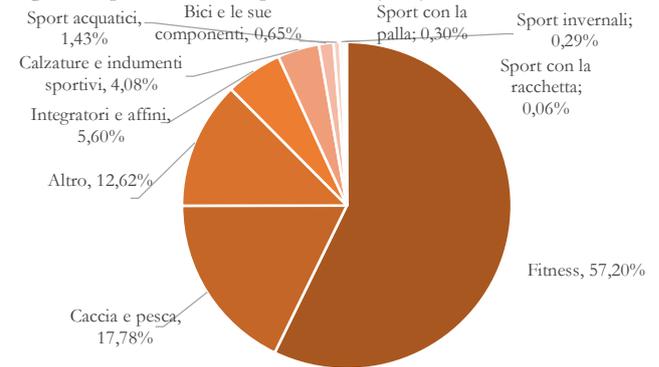
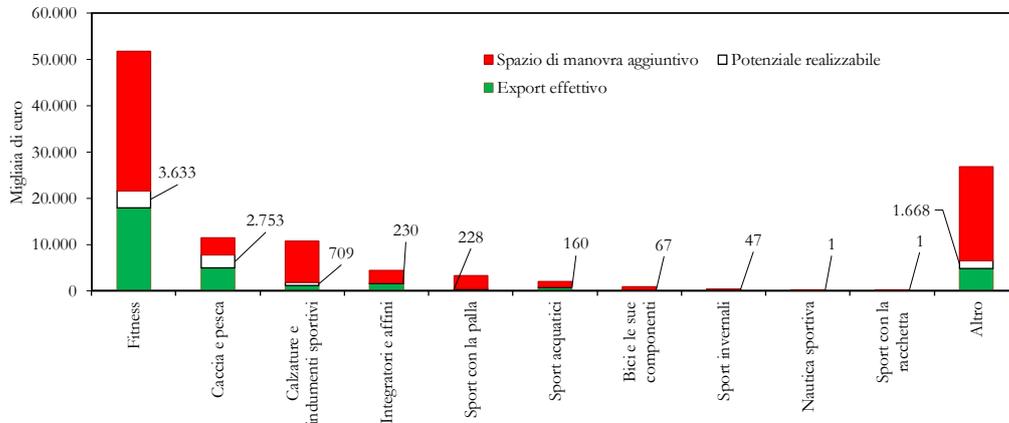


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



¹⁰ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	0,15%	55	5	48	0,50	Austria, Germania, Slovacchia (posizionamento Italia: 13)
Parti e accessori vari per velocipedi	0,17%	55	52	457	11,19	Francia, Cina, Svizzera (posizionamento Italia: 16)
Pedali e pedaliere per velocipedi	0,91%	15	7	81	37,81	Cechia, Cina, India (posizionamento Italia: 13)
Selle per velocipedi	2,50%	1	2	3	15,90	Emirati Arabi Uniti, Taiwan, Cina (posizionamento Italia: 6)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	0,24%	8	0	3	2,81	Slovacchia, Vietnam, Francia (posizionamento Italia: 24)
Cerchioni e raggi per velocipedi	-	-	-	-	-	-
Freni e mozzi-freno per velocipedi	-	-	-	-	-	-
Mozzi e pignoni per velocipedi	-	-	-	-	-	-

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Ami, anche con braccioli	0,42%	2	0	2	1,92	Germania, Stati Uniti, Thailandia (posizionamento Italia: 14)
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	0,59%	13	1	11	0,68	Thailandia, Corea del Sud, Filippine (posizionamento Italia: 14)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	15,80%	3.258	2.158	3.187	0,31	Cipro, Grecia, Brasile (posizionamento Italia: 2)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	52,18%	1.599	582	433	2,57	Turchia, Cipro, Stati Uniti (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	1,86%	90	12	56	0,56	Canada, Cipro, Svizzera (posizionamento Italia: 8)
Canne da pesca	-	-	-	-	-	-
Mulinelli pesca	-	-	-	-	-	-
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	-	-	-	-	-	-
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	-	-	-	-	-	-

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	0,21%	145	82	1.383	1,63	Emirati Arabi Uniti, Vietnam, Pakistan (posizionamento Italia: 10)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	0,46%	69	72	517	0,52	Regno Unito, Bahrein, Egitto (posizionamento Italia: 13)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	0,34%	459	391	6.019	0,73	Francia, Regno Unito, Cambogia (posizionamento Italia: 13)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	5,09%	196	32	101	1,89	Vietnam, Francia, India (posizionamento Italia: 6)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	2,24%	247	132	844	4,32	Regno Unito, Cina, Sud Africa (posizionamento Italia: 9)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	14,94%	2	0	1	29,32	Cina, Francia, Austria (posizionamento Italia: 2)



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/ gioco, piscine e vasche	12,89%	16.222	2.381	21.814	2,31	Cina, Bulgaria, Ungheria (posizionamento Italia: 2)	
Tute donna altre materie (no maglia)	2,59%	267	139	681	3,95	Cina, Francia, Indonesia (posizionamento Italia: 9)	
Tute donna cotone (no maglia)	0,24%	41	8	119	0,43	Germania, Regno Unito, Francia (posizionamento Italia: 18)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	1,14%	464	90	1.183	3,98	Francia, Paesi Bassi, Stati Uniti (posizionamento Italia: 9)	
Tute sportive a maglia cotone	1,24%	83	33	195	1,98	Sri Lanka, Vietnam, Cambogia (posizionamento Italia: 10)	
Tute sportive a maglia sintetiche	0,06%	7	1	11	0,94	Romania, Giappone, Bahrein (posizionamento Italia: 20)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	0,94%	435	675	2.930	1,74	Marocco, Giordania, Cina (posizionamento Italia: 12)	
Tute uomo cotone (no maglia)	1,99%	272	129	1.035	0,92	India, Cina, Slovacchia (posizionamento Italia: 8)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	0,07%	98	176	2.313	0,77	Regno Unito, Francia, Corea del Sud (posizionamento Italia: 18)	
Tute sportive a maglia altre materie	-	-	-	-	-	-	

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	-	-	-	-	-	-	
Bastoni da golf completi	-	-	-	-	-	-	
Palle da golf	-	-	-	-	-	-	

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Concentrati di proteine	0,68%	134	4	64	4,27	Spagna, Francia, Cina (posizionamento Italia: 18)	
Medicamenti con vitamine, dosati	0,80%	1.242	218	2.508	0,25	Portogallo, Francia, Giappone (posizionamento Italia: 19)	
Miscele di provitamine o vitamine	4,47%	104	1	11	1,03	Spagna, Svizzera, Cina (posizionamento Italia: 10)	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	0,12%	16	6	88	3,21	Polonia, Danimarca, Emirati Arabi Uniti (posizionamento Italia: 15)	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	-	-	-	-	-	-	

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Barche a vela <= 7,5 m	12,16%	5	1	3	0,69	Regno Unito, Turchia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 3)	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	-	-	-	-	-	-	



Sport acquatici							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	6,55%	403	100	741	4,12	Cina, Stati Uniti, Germania (posizionamento Italia: 4)	
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	3,06%	3	1	3	1,78	Polonia, Pakistan, Emirati Arabi Uniti (posizionamento Italia: 5)	
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	0,73%	66	4	38	2,67	Spagna, Francia, Colombia (posizionamento Italia: 11)	
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	0,32%	5	0	1	1,01	Portogallo, Regno Unito, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 13)	
Costumi donna (no maglia)	2,97%	20	25	128	8,30	Cina, Regno Unito, Emirati Arabi Uniti (posizionamento Italia: 4)	
Costumi uomo (no maglia)	9,65%	230	30	131	1,13	Cina, Francia, Vietnam (posizionamento Italia: 3)	
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	-	-	-	-	-	-	
Tavole a vela	-	-	-	-	-	-	

Sport con la palla							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Palle sportive gonfiabili	1,57%	199	227	2.811	1,24	Emirati Arabi Uniti, Thailandia, Slovacchia (posizionamento Italia: 5)	
Palle sportive, escl. gonfiabili	0,43%	8	1	21	0,92	Germania, India, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 13)	

Sport con la racchetta							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzatura per tennis tavolo	0,69%	16	1	7	8,10	Ungheria, Slovacchia, Danimarca (posizionamento Italia: 17)	
Palle da tennis	-	-	-	-	-	-	
Racchette badminton/simili, escl. tennis	-	-	-	-	-	-	
Racchette da tennis, anche senza corde	-	-	-	-	-	-	

Sport invernali							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	3,96%	3	2	9	2,89	Cina, Stati Uniti, Slovacchia (posizionamento Italia: 4)	
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	5,43%	82	39	64	0,63	Hong Kong, Cina, India (posizionamento Italia: 4)	
Calzature sci/surf neve, cuoio	3,86%	1	1	3	2,32	Regno Unito, Vietnam, Cina (posizionamento Italia: 5)	
Sci da neve	33,95%	67	5	32	2,83	Cina, Turchia, Regno Unito (posizionamento Italia: 1)	
Tute da sci a maglia	6,72%	2	0	3	32,73	Regno Unito, Cina, Polonia (posizionamento Italia: 4)	
Tute da sci non a maglia	3,33%	3	1	5	7,03	Portogallo, Emirati Arabi Uniti, Germania (posizionamento Italia: 7)	
Attacchi per sci	-	-	-	-	-	-	



Altro							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Bastoni, fruste e simili	0,45%	8	0	2	0,74	Polonia, India, Francia (posizionamento Italia: 11)	
Bigliardi e accessori	6,94%	195	88	986	1,99	Cina, Stati Uniti, Spagna (posizionamento Italia: 2)	
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	5,65%	4.584	1.541	19.043	1,67	Cina, Slovacchia, Cechia (posizionamento Italia: 2)	
Paracadute e loro parti	0,02%	4	0	8	0,66	Bulgaria, Francia, Svizzera (posizionamento Italia: 20)	
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	0,43%	11	38	303	1,36	Portogallo, Vietnam, Emirati Arabi Uniti (posizionamento Italia: 8)	
Palloni, alianti e deltaplani	-	-	-	-	-	-	

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'¹¹ – Argentina

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



7	Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)	0,2%	Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024
2	Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)	16	Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

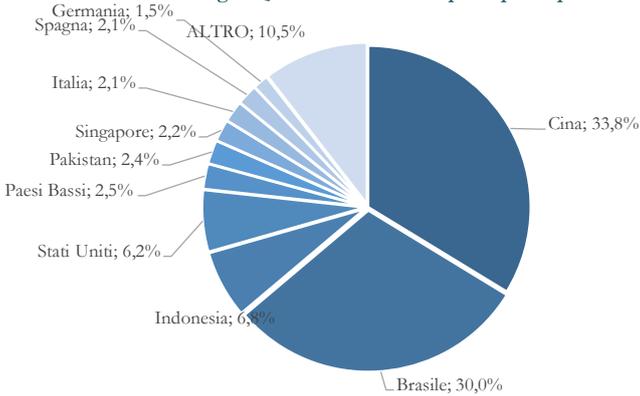


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

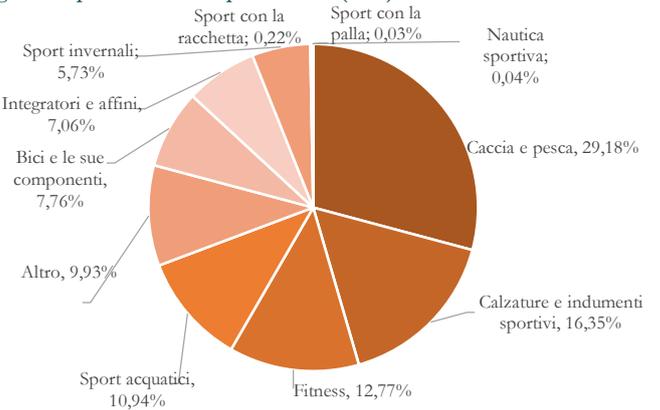
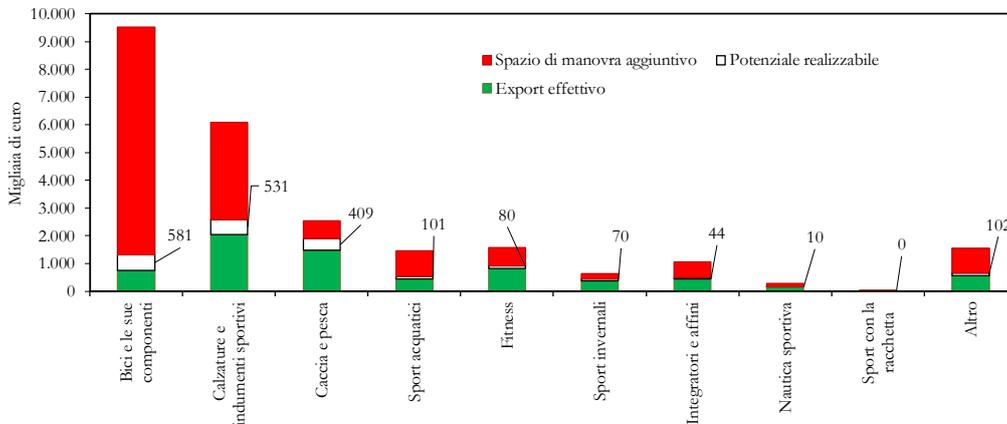


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



¹¹ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	2,62%	148	7	74	2,03	Stati Uniti, Spagna, Taiwan (posizionamento Italia: 4)
Cerchioni e raggi per velocipedi	0,27%	20	2	13	3,94	Belgio, Spagna, Stati Uniti (posizionamento Italia: 12)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	0,58%	58	11	304	16,44	India, Stati Uniti, Taiwan (posizionamento Italia: 7)
Mozzi e pignoni per velocipedi	0,29%	21	12	211	26,82	India, Taiwan, Cile (posizionamento Italia: 7)
Parti e accessori vari per velocipedi	0,68%	147	51	445	3,50	Spagna, Stati Uniti, Taiwan (posizionamento Italia: 10)
Pedali e pedaliera per velocipedi	0,64%	38	6	61	1,51	Francia, Stati Uniti, Spagna (posizionamento Italia: 9)
Selle per velocipedi	2,22%	24	11	15	5,03	Taiwan, Vietnam, India (posizionamento Italia: 6)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	0,92%	289	482	7.068	27,25	Stati Uniti, Cina, Spagna (posizionamento Italia: 5)

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	16,20%	411	152	224	0,73	Spagna, Brasile, Stati Uniti (posizionamento Italia: 3)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	43,48%	680	197	147	4,88	Stati Uniti, Turchia, Spagna (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	21,27%	402	60	275	1,16	Stati Uniti, Cechia, Brasile (posizionamento Italia: 2)
Ami, anche con braccioli	-	-	-	-	-	-
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	-	-	-	-	-	-
Canne da pesca	-	-	-	-	-	-
Mulinelli pesca	-	-	-	-	-	-
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	-	-	-	-	-	-
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	-	-	-	-	-	-

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	3,14%	799	78	561	4,53	Cina, Spagna, Stati Uniti (posizionamento Italia: 6)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	0,14%	239	10	155	1,62	Francia, India, Uruguay (posizionamento Italia: 12)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	1,33%	24	10	31	1,66	Cina, Stati Uniti, India (posizionamento Italia: 8)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	8,10%	983	433	2.767	2,84	Stati Uniti, Cina, Spagna (posizionamento Italia: 2)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	0,49%	1	0	1	1,68	Cechia, Corea del Sud, Stati Uniti (posizionamento Italia: 12)
Calzature cinturini suola gomma/plastica	-	-	-	-	-	-



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/ gioco, piscine e vasche	2,90%	702	41	378	1,55	Stati Uniti, Spagna, Brasile (posizionamento Italia: 4)	
Tute donna altre materie (no maglia)	7,42%	94	22	108	-	Cina, Francia, India (posizionamento Italia: 5)	
Tute donna cotone (no maglia)	0,82%	16	7	98	6,44	Spagna, Stati Uniti, Sri Lanka (posizionamento Italia: 6)	
Tute sportive a maglia cotone	0,46%	3	1	4	5,55	Indonesia, Francia, India (posizionamento Italia: 10)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	1,80%	2	5	20	-	India, Brasile, Stati Uniti (posizionamento Italia: 3)	
Tute uomo cotone (no maglia)	0,91%	2	0	1	35,65	Spagna, Vietnam, Francia (posizionamento Italia: 9)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	0,30%	11	5	66	5,80	Regno Unito, Spagna, Cina (posizionamento Italia: 7)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	-	-	-	-	-	-	
Tute sportive a maglia altre materie	-	-	-	-	-	-	
Tute sportive a maglia sintetiche	-	-	-	-	-	-	

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	-	-	-	-	-	-	
Bastoni da golf completi	-	-	-	-	-	-	
Palle da golf	-	-	-	-	-	-	

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Concentrati di proteine	1,82%	226	11	171	3,63	Spagna, Cile, Cina (posizionamento Italia: 6)	
Medicamenti con vitamine, dosati	0,77%	64	25	285	3,14	Stati Uniti, Grecia, Germania (posizionamento Italia: 8)	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	1,28%	156	9	117	0,82	Spagna, Belgio, Germania (posizionamento Italia: 7)	
Miscele di provitamine o vitamine	-	-	-	-	-	-	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	-	-	-	-	-	-	

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Barche a vela <= 7,5 m	4,37%	4	1	5	0,59	Australia, Stati Uniti, Regno Unito (posizionamento Italia: 4)	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	31,83%	156	10	107	3,34	Stati Uniti, Slovenia, Sud Africa (posizionamento Italia: 1)	



Sport acquatici						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	2,70%	87	6	46	0,27	Austria, Germania, Spagna (posizionamento Italia: 6)
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	61,47%	2	0	1	-	Cambogia, Spagna, Peru' (posizionamento Italia: 1)
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	8,08%	204	61	644	3,26	Cina, Uruguay, Spagna (posizionamento Italia: 3)
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	12,13%	51	27	176	4,69	Cina, Hong Kong, Brasile (posizionamento Italia: 2)
Costumi donna (no maglia)	64,91%	88	5	26	5,76	Cina, Regno Unito, India (posizionamento Italia: 1)
Costumi uomo (no maglia)	0,23%	21	1	5	2,73	Francia, Germania, Indonesia (posizionamento Italia: 7)
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	-	-	-	-	-	-
Tavole a vela	-	-	-	-	-	-

Sport con la palla						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Palle sportive gonfiabili	-	-	-	-	-	-
Palle sportive, escl. gonfiabili	-	-	-	-	-	-

Sport con la racchetta						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Racchette da tennis, anche senza corde	0,42%	4	0	4	0,50	Austria, Spagna, Stati Uniti (posizionamento Italia: 11)
Attrezzatura per tennis tavolo	-	-	-	-	-	-
Palle da tennis	-	-	-	-	-	-
Racchette badminton/simili, escl. tennis	-	-	-	-	-	-

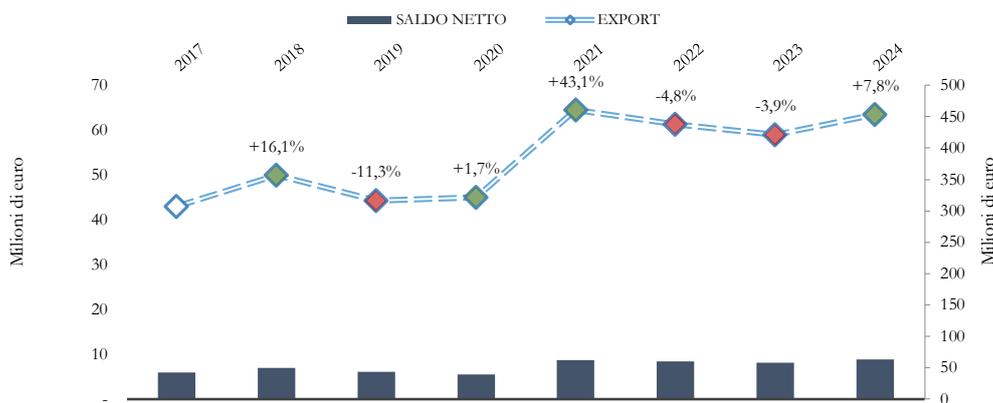
Sport invernali						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attacchi per sci	15,25%	65	2	10	1,91	Francia, Germania, Austria (posizionamento Italia: 3)
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	2,20%	4	1	4	2,50	Spagna, Cina, Francia (posizionamento Italia: 7)
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	23,20%	248	54	88	1,12	Austria, Cechia, Francia (posizionamento Italia: 2)
Sci da neve	6,63%	66	14	90	1,09	Francia, Emirati Arabi Uniti, Spagna (posizionamento Italia: 4)
Calzature sci/surf neve, cuoio	-	-	-	-	-	-
Tute da sci a maglia	-	-	-	-	-	-
Tute da sci non a maglia	-	-	-	-	-	-



Altro							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	1,50%	249	20	250	2,79	Spagna, Paesi Bassi, Francia (posizionamento Italia: 5)	
Paracadute e loro parti	1,83%	1	0	1	0,71	Svizzera, Austria, Germania (posizionamento Italia: 11)	
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	15,45%	304	82	652	5,88	Cina, Stati Uniti, Romania (posizionamento Italia: 2)	
Bastoni, fruste e simili	-	-	-	-	-	-	
Bigliardi e accessori	-	-	-	-	-	-	
Palloni, alianti e deltaplani	-	-	-	-	-	-	

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'¹² – Australia

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



64

Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)

1,4%

Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024

8

Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)

44

Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

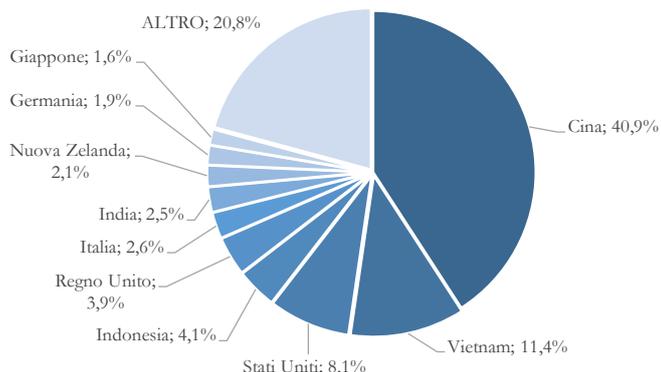


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

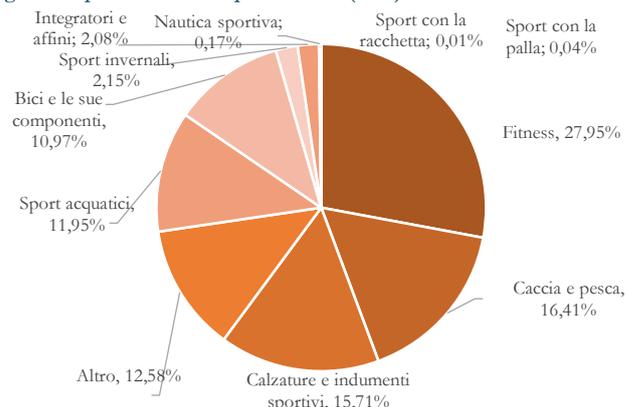
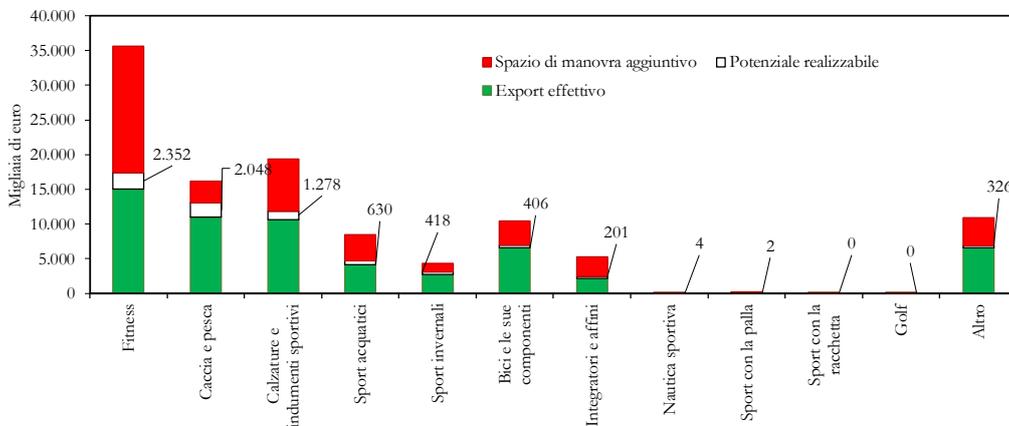


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



¹² Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	0,92%	1.691	75	747	0,86	Spagna, Stati Uniti, Regno Unito (posizionamento Italia: 9)
Cerchioni e raggi per velocipedi	0,96%	22	1	4	-	Germania, Francia, Nuova Zelanda (posizionamento Italia: 12)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	0,60%	53	1	20	1,01	Svizzera, Regno Unito, Stati Uniti (posizionamento Italia: 12)
Mozzi e pignoni per velocipedi	2,12%	67	1	19	0,90	Belgio, Germania, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 11)
Parti e accessori vari per velocipedi	1,16%	1.118	181	1.582	1,55	Stati Uniti, Cina, Giappone (posizionamento Italia: 6)
Pedali e pedaliera per velocipedi	7,13%	1.022	47	506	2,20	Francia, Regno Unito, Cina (posizionamento Italia: 4)
Selle per velocipedi	15,80%	314	63	87	1,17	Cina, Stati Uniti, Taiwan (posizionamento Italia: 3)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	11,07%	2.262	39	567	3,33	Cina, Stati Uniti, Regno Unito (posizionamento Italia: 3)

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Ami, anche con braccioli	0,28%	4	0	7	2,40	Spagna, Malaysia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 16)
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	0,17%	139	1	26	1,23	Regno Unito, Turchia, Canada (posizionamento Italia: 18)
Canne da pesca	0,01%	1	0	4	0,64	Regno Unito, Spagna, Svezia (posizionamento Italia: 21)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	27,76%	4.139	1.458	2.153	1,02	Stati Uniti, Spagna, Regno Unito (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	35,51%	5.739	458	341	0,67	Germania, Regno Unito, Stati Uniti (posizionamento Italia: 2)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	6,01%	986	129	595	1,08	Germania, Stati Uniti, Spagna (posizionamento Italia: 5)
Mulinelli pesca	0,08%	2	0	19	0,93	Stati Uniti, Taiwan, Nuova Zelanda (posizionamento Italia: 13)
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	1,15%	2	1	2	0,83	Spagna, Cecchia, Regno Unito (posizionamento Italia: 8)
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	-	-	-	-	-	-

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	0,33%	29	1	20	0,93	Stati Uniti, Spagna, India (posizionamento Italia: 11)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	4,90%	2.830	531	3.815	2,96	Paesi Bassi, Stati Uniti, Cina (posizionamento Italia: 5)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	0,29%	817	21	329	0,91	Stati Uniti, Regno Unito, Hong Kong (posizionamento Italia: 10)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	10,20%	3.119	456	1.442	4,62	Vietnam, Stati Uniti, Indonesia (posizionamento Italia: 4)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	5,69%	3.549	202	1.290	1,65	Stati Uniti, Giappone, Cina (posizionamento Italia: 4)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	0,97%	259	66	632	1,26	Stati Uniti, Filippine, Francia (posizionamento Italia: 9)



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/gioco, piscine e vasche	3,51%	11.468	1.486	13.613	1,31	Stati Uniti, Regno Unito, Ungheria (posizionamento Italia: 4)	
Tute donna altre materie (no maglia)	2,41%	1.203	773	3.799	0,42	India, Francia, Regno Unito (posizionamento Italia: 4)	
Tute donna cotone (no maglia)	0,52%	112	5	75	0,53	Stati Uniti, Francia, Spagna (posizionamento Italia: 10)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	0,77%	682	17	224	0,84	Regno Unito, Stati Uniti, Pakistan (posizionamento Italia: 9)	
Tute sportive a maglia altre materie	5,15%	14	3	13	1,77	Spagna, Francia, Cina (posizionamento Italia: 4)	
Tute sportive a maglia cotone	0,98%	22	1	8	1,34	Regno Unito, Stati Uniti, India (posizionamento Italia: 13)	
Tute sportive a maglia sintetiche	0,80%	25	1	11	1,09	Regno Unito, Singapore, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 11)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	27,51%	885	36	155	5,02	India, Stati Uniti, Cina (posizionamento Italia: 2)	
Tute uomo cotone (no maglia)	1,04%	113	14	109	0,56	Spagna, Stati Uniti, Messico (posizionamento Italia: 13)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	2,68%	519	16	206	1,31	Stati Uniti, India, Pakistan (posizionamento Italia: 6)	

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	0,011%	2	0	4	1,50	Polonia, Malaysia, Arabia Saudita (posizionamento Italia: 28)	
Bastoni da golf completi	0,007%	4	0	1	33,26	Paesi Bassi, Svizzera, Canada (posizionamento Italia: 22)	
Palle da golf	-	-	-	-	-		

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Concentrati di proteine	0,27%	271	92	1.448	1,42	Belgio, Cechia, Regno Unito (posizionamento Italia: 14)	
Medicamenti con vitamine, dosati	2,92%	723	13	147	0,85	Nuova Zelanda, Thailandia, Belgio (posizionamento Italia: 10)	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	1,89%	1.112	68	904	1,15	Francia, Germania, Belgio (posizionamento Italia: 9)	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	1,59%	97	28	385	0,95	Nuova Zelanda, Giappone, Danimarca (posizionamento Italia: 8)	
Miscele di provitamine o vitamine	-	-	-	-	-		

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Barche a vela <= 7,5 m	1,73%	14	3	18	0,83	Polonia, Thailandia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 11)	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	0,09%	2	0	5	0,38	Cechia, Finlandia, Giappone (posizionamento Italia: 25)	



Sport acquatici

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	2,82%	3.206	159	1.170	1,12	Stati Uniti, Taiwan, Malaysia (posizionamento Italia: 6)
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	2,96%	54	29	121	3,42	Stati Uniti, Pakistan, Nuova Zelanda (posizionamento Italia: 5)
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	2,22%	2	0	3	4,02	Stati Uniti, Regno Unito, Singapore (posizionamento Italia: 7)
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	0,24%	274	65	679	1,91	Regno Unito, Stati Uniti, Germania (posizionamento Italia: 12)
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	0,64%	146	11	70	2,68	Regno Unito, Egitto, Stati Uniti (posizionamento Italia: 8)
Costumi donna (no maglia)	2,28%	160	123	631	3,08	Stati Uniti, Regno Unito, Cina (posizionamento Italia: 4)
Costumi uomo (no maglia)	1,24%	267	244	1.064	2,29	Thailandia, Regno Unito, Germania (posizionamento Italia: 8)
Tavole a vela	-	-	-	-	-	-

Sport con la palla

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Palle sportive gonfiabili	0,32%	74	2	20	4,08	Germania, Stati Uniti, Regno Unito (posizionamento Italia: 10)
Palle sportive, escl. gonfiabili	0,05%	5	0	2	0,63	Sud Africa, Paesi Bassi, Giappone (posizionamento Italia: 23)

Sport con la racchetta

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attrezzatura per tennis tavolo	0,15%	24	0	3	-	Regno Unito, Ungheria, Stati Uniti (posizionamento Italia: 14)
Palle da tennis	0,19%	8	0	6	1,44	Regno Unito, Francia, Giappone (posizionamento Italia: 9)
Racchette da tennis, anche senza corde	0,07%	5	0	4	0,74	Germania, Portogallo, Singapore (posizionamento Italia: 22)
Attacchi per sci	2,64%	92	17	86	1,35	Francia, Stati Uniti, Germania (posizionamento Italia: 8)

Sport invernali

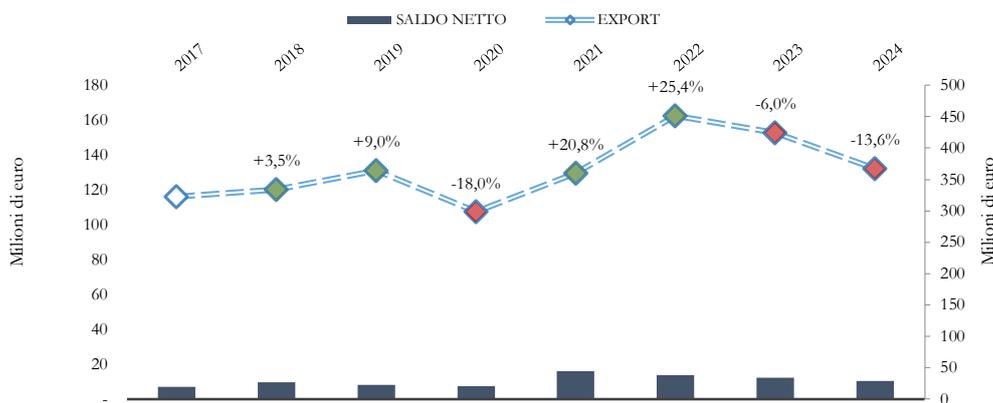
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attacchi per sci	2,64%	92	17	86	1,35	Francia, Stati Uniti, Germania (posizionamento Italia: 8)
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	2,40%	78	67	383	0,35	Austria, Stati Uniti, Regno Unito (posizionamento Italia: 6)
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	18,90%	2.071	307	502	0,97	Vietnam, Austria, Francia (posizionamento Italia: 2)
Calzature sci/surf neve, cuoio	44,21%	27	1	4	3,74	Regno Unito, Svizzera, Cina (posizionamento Italia: 1)
Sci da neve	6,64%	463	16	106	1,51	Francia, Germania, Stati Uniti (posizionamento Italia: 7)
Tute da sci non a maglia	0,72%	6	10	64	1,46	Nuova Zelanda, Stati Uniti, Pakistan (posizionamento Italia: 13)
Tute da sci a maglia	-	-	-	-	-	-



Altro						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Bastoni, fruste e simili	2,07%	76	6	131	0,80	Regno Unito, Cechia, Canada (posizionamento Italia: 5)
Bigliardi e accessori	0,31%	17	2	27	0,75	Spagna, Indonesia, Francia (posizionamento Italia: 14)
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	2,83%	6.243	295	3.639	0,43	Cechia, Francia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 6)
Palloni, alianti e deltaplani	1,85%	11	1	15	2,06	Stati Uniti, Regno Unito, Germania (posizionamento Italia: 13)
Paracadute e loro parti	0,43%	39	1	18	0,80	Corea del Sud, Austria, Slovenia (posizionamento Italia: 16)
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	1,96%	170	21	169	1,79	Thailandia, Stati Uniti, Regno Unito (posizionamento Italia: 5)

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'¹³ – Austria

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



132

Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)

2,8%

Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024

23

Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)

116

Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

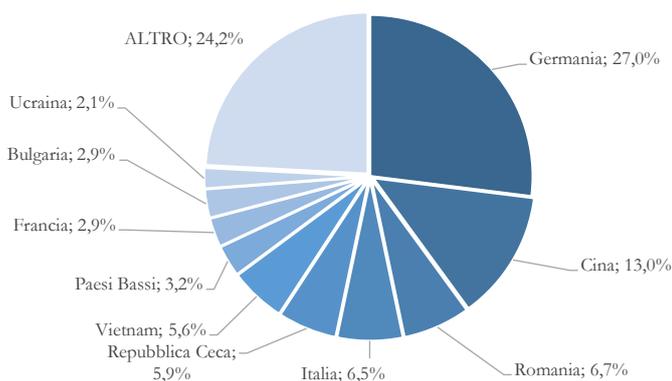


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

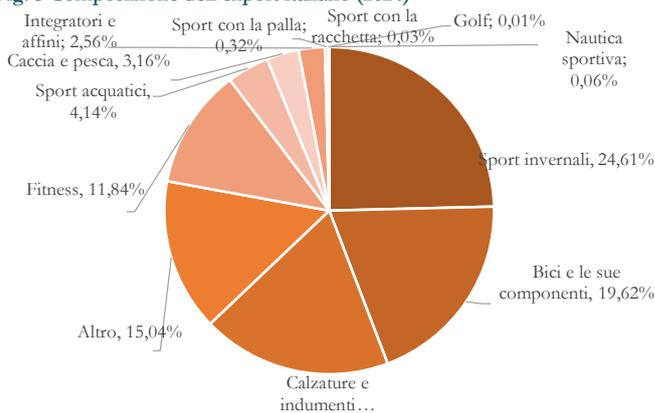
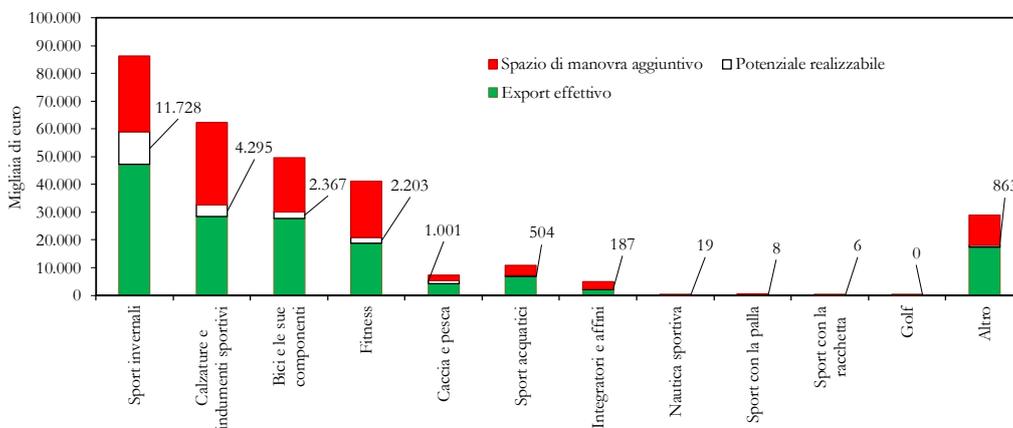


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



¹³ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	3,12%	7.837	233	2.339	4,45	Spagna, Cechia, Polonia (posizionamento Italia: 10)
Cerchioni e raggi per velocipedi	61,25%	10.788	226	1.599	1,77	Svizzera, Paesi Bassi, Ungheria (posizionamento Italia: 1)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	0,43%	44	11	314	1,06	Paesi Bassi, Cina, Svizzera (posizionamento Italia: 11)
Mozzi e pignoni per velocipedi	1,11%	15	2	33	2,07	Polonia, Paesi Bassi, Cina (posizionamento Italia: 12)
Parti e accessori vari per velocipedi	2,90%	3.725	1.444	12.622	1,02	Germania, Cina, India (posizionamento Italia: 6)
Pedali e pedaliera per velocipedi	1,89%	265	2	24	6,14	Paesi Bassi, Giappone, Germania (posizionamento Italia: 8)
Selle per velocipedi	47,62%	2.673	296	408	1,23	Polonia, Germania, Taiwan (posizionamento Italia: 1)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	2,19%	2.331	153	2.245	3,13	Germania, Regno Unito, Francia (posizionamento Italia: 6)

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Ami, anche con braccioli	1,83%	18	0	10	1,56	Regno Unito, Spagna, Belgio (posizionamento Italia: 10)
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	3,89%	311	3	67	1,51	Paesi Bassi, Polonia, Belgio (posizionamento Italia: 6)
Canne da pesca	1,39%	174	2	76	1,27	Belgio, Stati Uniti, Francia (posizionamento Italia: 11)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	40,53%	2.873	435	642	1,52	Spagna, Cechia, Germania (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	8,89%	472	338	252	2,12	Turchia, Belgio, Regno Unito (posizionamento Italia: 3)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	3,40%	441	222	1.023	1,08	Croazia, Cechia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 5)
Mulinelli pesca	0,09%	9	0	38	0,22	Bulgaria, Irlanda, Sud Africa (posizionamento Italia: 23)
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	0,25%	0	0	0	0,79	Francia, Svizzera, Spagna (posizionamento Italia: 15)
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	1,89%	1	0	0	0,57	Spagna, Slovacchia, Belgio (posizionamento Italia: 10)

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	5,14%	341	4	74	0,57	Cechia, Paesi Bassi, Polonia (posizionamento Italia: 7)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	8,28%	2.541	358	2.569	1,21	Germania, Cina, Belgio (posizionamento Italia: 4)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	2,92%	10.738	451	6.946	0,92	Belgio, Francia, Lussemburgo (posizionamento Italia: 7)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	24,91%	6.827	700	2.212	1,79	Belgio, Germania, Polonia (posizionamento Italia: 1)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	6,72%	7.064	2.730	17.433	1,09	Germania, Francia, Cina (posizionamento Italia: 3)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	14,34%	831	52	497	0,82	Germania, Cina, Cechia (posizionamento Italia: 2)



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/gioco, piscine e vasche	7,76%	8.587	1.328	12.166	1,95	Germania, Paesi Bassi, Cina (posizionamento Italia: 3)	
Tute donna altre materie (no maglia)	6,53%	276	43	209	4,77	Germania, Cina, Francia (posizionamento Italia: 3)	
Tute donna cotone (no maglia)	4,35%	627	19	270	1,35	Paesi Bassi, Polonia, Francia (posizionamento Italia: 6)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	2,24%	1.329	33	439	1,77	Polonia, Romania, Spagna (posizionamento Italia: 8)	
Tute sportive a maglia altre materie	60,46%	1.364	32	121	0,26	Germania, Francia, Regno Unito (posizionamento Italia: 1)	
Tute sportive a maglia cotone	4,07%	509	249	1.475	1,15	Germania, Belgio, Francia (posizionamento Italia: 4)	
Tute sportive a maglia sintetiche	6,27%	831	108	1.035	1,07	Germania, Vietnam, Cina (posizionamento Italia: 5)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	2,32%	85	10	42	1,64	Romania, India, Turchia (posizionamento Italia: 7)	
Tute uomo cotone (no maglia)	36,47%	2.987	88	710	0,88	Germania, Macedonia del Nord, Cechia (posizionamento Italia: 1)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	6,86%	2.156	292	3.837	1,11	Germania, Francia, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 3)	

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	0,069%	2	0	9	0,76	Polonia, Svizzera, Belgio (posizionamento Italia: 18)	
Bastoni da golf completi	0,011%	0	0	0	0,37	Spagna, Corea del Sud, Singapore (posizionamento Italia: 24)	
Palle da golf	0,132%	3	0	3	0,97	Finlandia, Spagna, India (posizionamento Italia: 21)	

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Concentrati di proteine	6,23%	1.117	102	1.594	1,37	Germania, Paesi Bassi, Ungheria (posizionamento Italia: 4)	
Medicamenti con vitamine, dosati	1,74%	714	50	580	10,22	Francia, Nuova Zelanda, Regno Unito (posizionamento Italia: 9)	
Miscele di provitamine o vitamine	0,28%	0	0	0	5,02	Regno Unito, Spagna, Belgio (posizionamento Italia: 16)	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	1,89%	331	35	462	0,76	Cina, Stati Uniti, Danimarca (posizionamento Italia: 11)	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	0,37%	31	0	4	0,15	Regno Unito, Polonia, Danimarca (posizionamento Italia: 13)	

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Barche a vela <= 7,5 m	1,18%	23	3	17	36,71	Paesi Bassi, Francia, Cechia (posizionamento Italia: 9)	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	6,09%	67	16	179	3,76	Germania, Danimarca, Francia (posizionamento Italia: 3)	



Sport acquatici							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	2,57%	1.324	163	1.206	1,38	Thailandia, Germania, Emirati Arabi Uniti (posizionamento Italia: 6)	
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	6,74%	47	3	13	3,62	Polonia, Romania, Germania (posizionamento Italia: 4)	
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	0,11%	1	0	0	0,62	Regno Unito, Romania, Stati Uniti (posizionamento Italia: 27)	
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	3,46%	2.872	112	1.177	1,66	Paesi Bassi, Polonia, Germania (posizionamento Italia: 9)	
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	7,98%	379	40	265	1,64	Cina, Germania, Polonia (posizionamento Italia: 3)	
Costumi donna (no maglia)	6,55%	393	12	61	2,51	Polonia, Cina, Francia (posizionamento Italia: 4)	
Costumi uomo (no maglia)	14,31%	1.659	171	745	1,75	Germania, Paesi Bassi, Polonia (posizionamento Italia: 2)	
Tavole a vela	0,76%	48	2	24	2,55	Slovenia, Svizzera, Francia (posizionamento Italia: 10)	

Sport con la palla							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Palle sportive gonfiabili	1,74%	244	7	93	0,64	Polonia, Belgio, Vietnam (posizionamento Italia: 8)	
Palle sportive, escl. gonfiabili	0,66%	8	0	3	0,61	Cechia, Belgio, Regno Unito (posizionamento Italia: 11)	

Sport con la racchetta							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzatura per tennis tavolo	0,71%	42	6	71	0,84	Ungheria, Paesi Bassi, Francia (posizionamento Italia: 10)	
Palle da tennis	0,01%	1	0	3	0,18	Belgio, Slovenia, Spagna (posizionamento Italia: 19)	
Racchette badminton/simili, escl. tennis	0,05%	1	0	2	0,14	Bulgaria, Spagna, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 16)	
Racchette da tennis, anche senza corde	0,07%	4	0	6	0,59	Regno Unito, Stati Uniti, Slovenia (posizionamento Italia: 22)	

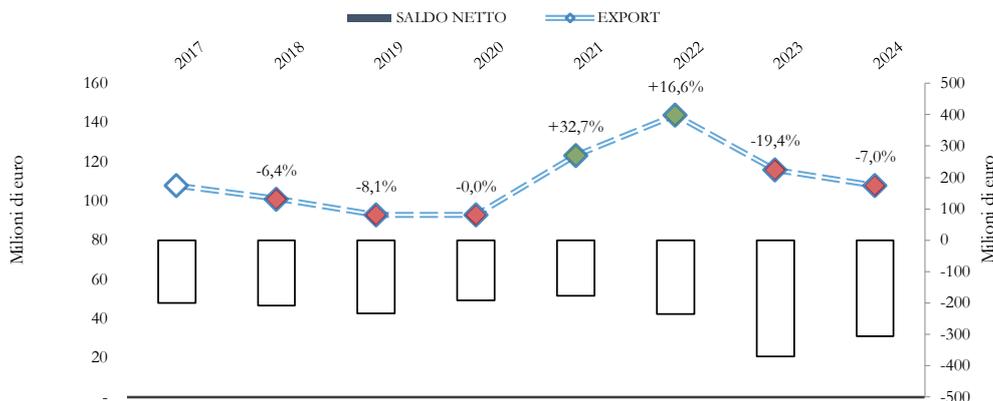
Sport invernali							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attacchi per sci	7,88%	5.520	400	2.000	3,85	Germania, Cechia, Spagna (posizionamento Italia: 4)	
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	5,29%	569	218	1.253	1,06	Cechia, Cina, Francia (posizionamento Italia: 6)	
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	18,17%	33.633	9.875	16.158	1,78	Cechia, Germania, Romania (posizionamento Italia: 2)	
Calzature sci/surf neve, cuoio	1,94%	19	6	21	1,25	Repubblica moldova, Cechia, Ungheria (posizionamento Italia: 9)	
Sci da neve	3,48%	5.964	1.142	7.394	1,41	Germania, Francia, Cina (posizionamento Italia: 6)	
Tute da sci a maglia	17,05%	150	5	29	1,01	Paesi Bassi, Germania, Cina (posizionamento Italia: 3)	
Tute da sci non a maglia	14,11%	1.362	82	551	1,92	Cina, Germania, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 2)	



Altro						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Bastoni, fruste e simili	2,36%	289	88	1.973	1,17	Germania, Polonia, Cina (posizionamento Italia: 4)
Bigliardi e accessori	3,95%	73	2	27	0,84	Paesi Bassi, Polonia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 6)
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	8,28%	15.946	547	6.764	1,07	Cechia, Germania, Francia (posizionamento Italia: 4)
Palloni, alianti e deltaplani	4,99%	37	1	19	10,65	Svizzera, Emirati Arabi Uniti, Spagna (posizionamento Italia: 7)
Paracadute e loro parti	0,21%	37	9	195	0,82	Serbia, Ungheria, Svizzera (posizionamento Italia: 15)
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	7,83%	972	215	1.715	0,98	Germania, Polonia, Cina (posizionamento Italia: 3)

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'¹⁴ – Belgio

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



108

Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)

2,3%

Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024

13

Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)

108

Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

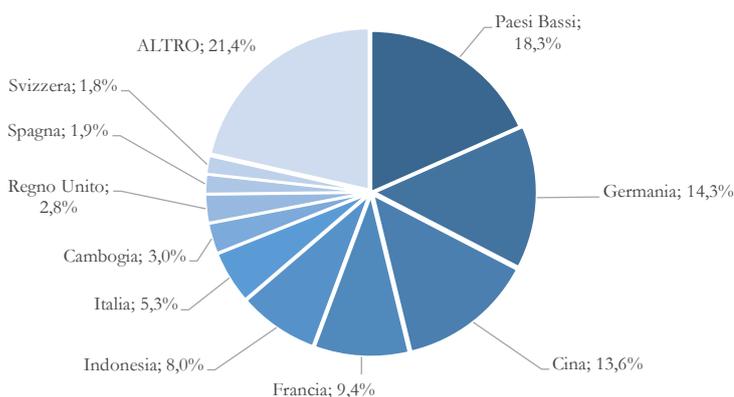


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

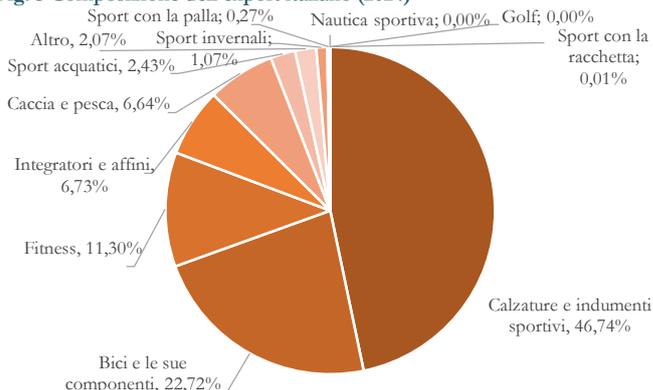
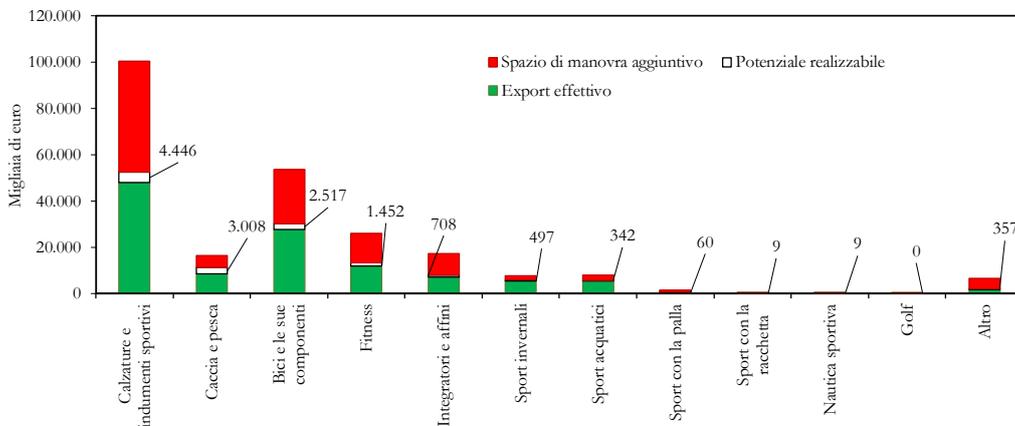


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



¹⁴ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	5,25%	15.813	1.642	16.457	0,68	Ungheria, Germania, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 5)
Cerchioni e raggi per velocipedi	0,89%	35	4	27	3,68	Ungheria, Stati Uniti, Polonia (posizionamento Italia: 15)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	0,37%	117	9	248	2,66	Stati Uniti, Cechia, Portogallo (posizionamento Italia: 13)
Mozzi e pignoni per velocipedi	1,23%	98	8	146	2,41	Cechia, Polonia, Giappone (posizionamento Italia: 11)
Parti e accessori vari per velocipedi	5,92%	4.543	672	5.874	3,18	Germania, Paesi Bassi, Taiwan (posizionamento Italia: 4)
Pedali e pedaliera per velocipedi	2,57%	552	14	155	9,68	Cina, Francia, Giappone (posizionamento Italia: 8)
Selle per velocipedi	56,01%	2.230	139	191	0,69	Germania, Paesi Bassi, Vietnam (posizionamento Italia: 1)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	9,63%	4.177	30	439	14,22	Paesi Bassi, Cina, Ungheria (posizionamento Italia: 3)

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Ami, anche con braccioli	0,83%	26	0	9	5,90	Germania, Spagna, Danimarca (posizionamento Italia: 12)
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	2,74%	740	35	733	1,95	Germania, Regno Unito, Polonia (posizionamento Italia: 7)
Canne da pesca	5,87%	860	2	63	8,38	Regno Unito, Francia, Spagna (posizionamento Italia: 4)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	33,14%	6.021	551	814	0,34	Regno Unito, Francia, Brasile (posizionamento Italia: 2)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	2,91%	483	1.999	1.489	3,93	Regno Unito, Portogallo, Giappone (posizionamento Italia: 3)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	1,35%	287	421	1.935	1,25	Cechia, Finlandia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 7)
Mulinelli pesca	0,33%	8	0	7	1,03	Cechia, Germania, Giappone (posizionamento Italia: 14)
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	0,06%	0	0	1	0,60	Cina, Regno Unito, Turchia (posizionamento Italia: 14)
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	1,47%	0	0	1	1,70	Germania, Portogallo, Cina (posizionamento Italia: 8)

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	2,56%	420	17	283	1,90	Francia, Germania, Emirati Arabi Uniti (posizionamento Italia: 7)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	24,59%	33.894	1.108	7.959	6,14	Cina, Indonesia, Vietnam (posizionamento Italia: 2)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	0,67%	3.490	2.241	34.489	2,31	Regno Unito, Paesi Bassi, Francia (posizionamento Italia: 8)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	8,14%	6.222	572	1.810	1,00	Cina, Vietnam, Francia (posizionamento Italia: 4)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	5,05%	3.657	482	3.078	25,62	Francia, Paesi Bassi, Bahrein (posizionamento Italia: 5)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	5,58%	287	26	247	2,73	Cina, Paesi Bassi, Francia (posizionamento Italia: 7)



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/gioco, piscine e vasche	3,98%	5.170	653	5.983	1,39	Stati Uniti, Germania, Ungheria (posizionamento Italia: 6)	
Tute donna altre materie (no maglia)	4,61%	262	50	246	1,13	Spagna, Malaysia, Germania (posizionamento Italia: 8)	
Tute donna cotone (no maglia)	2,51%	622	62	881	1,18	Spagna, India, Francia (posizionamento Italia: 8)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	3,27%	1.763	91	1.197	2,41	Spagna, Paesi Bassi, Vietnam (posizionamento Italia: 8)	
Tute sportive a maglia altre materie	7,49%	120	27	103	2,84	Francia, Spagna, India (posizionamento Italia: 4)	
Tute sportive a maglia cotone	9,10%	607	22	128	2,15	Francia, Cina, Slovenia (posizionamento Italia: 4)	
Tute sportive a maglia sintetiche	2,60%	603	65	621	3,11	Paesi Bassi, Francia, Germania (posizionamento Italia: 9)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	0,84%	89	308	1.337	4,19	Francia, Etiopia, Spagna (posizionamento Italia: 9)	
Tute uomo cotone (no maglia)	2,77%	814	16	129	3,28	Francia, Germania, Cechia (posizionamento Italia: 9)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	3,10%	1.673	157	2.063	1,94	Francia, Germania, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 9)	

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	0,047%	0	0	0	1,04	Kuwait, Svizzera, Austria (posizionamento Italia: 24)	
Palle da golf	0,085%	0	0	1	2,29	Polonia, Danimarca, Cechia (posizionamento Italia: 21)	
Bastoni da golf completi	-	-	-	-	-		

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Concentrati di proteine	1,11%	350	26	402	1,93	Polonia, Ungheria, Francia (posizionamento Italia: 12)	
Medicamenti con vitamine, dosati	2,78%	637	44	504	0,84	Francia, Germania, Nuova Zelanda (posizionamento Italia: 4)	
Miscele di provitamine o vitamine	0,05%	1	1	10	0,03	Stati Uniti, Irlanda, Polonia (posizionamento Italia: 14)	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	6,45%	5.747	541	7.217	0,49	Paesi Bassi, Francia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 4)	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	0,74%	382	97	1.334	1,01	Germania, Spagna, Cina (posizionamento Italia: 8)	

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	0,71%	9	9	97	1,10	Spagna, Hong Kong, Filippine (posizionamento Italia: 10)	
Barche a vela <= 7,5 m	-	-	-	-	-		



Sport acquatici							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	11,71%	2.217	118	874	1,47	Polonia, Cina, Francia (posizionamento Italia: 3)	
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	6,21%	63	1	6	6,17	Spagna, Francia, Ungheria (posizionamento Italia: 6)	
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	0,62%	1	0	1	0,73	Austria, Ungheria, Regno Unito (posizionamento Italia: 15)	
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	3,22%	1.398	46	483	2,70	Regno Unito, Vietnam, Austria (posizionamento Italia: 8)	
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	1,18%	113	40	260	1,41	Spagna, Regno Unito, Turchia (posizionamento Italia: 11)	
Costumi donna (no maglia)	4,05%	126	20	104	5,07	Cina, Spagna, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 8)	
Costumi uomo (no maglia)	2,62%	1.358	115	502	1,44	Francia, Regno Unito, Cina (posizionamento Italia: 8)	
Tavole a vela	4,16%	20	1	12	1,14	Spagna, Francia, Germania (posizionamento Italia: 7)	

Sport con la palla							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Palle sportive gonfiabili	1,91%	310	49	613	1,45	Spagna, Francia, Pakistan (posizionamento Italia: 9)	
Palle sportive, escl. gonfiabili	6,90%	260	10	142	1,09	Francia, Germania, Danimarca (posizionamento Italia: 5)	

Sport con la racchetta							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzatura per tennis tavolo	0,07%	6	9	102	0,71	Spagna, Estonia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 12)	
Palle da tennis	0,03%	2	0	8	0,74	Cechia, Regno Unito, Lussemburgo (posizionamento Italia: 19)	
Racchette badminton/simili, escl. tennis	0,91%	2	0	3	0,92	Paesi Bassi, Germania, Danimarca (posizionamento Italia: 13)	
Racchette da tennis, anche senza corde	0,04%	2	1	24	0,98	Regno Unito, Hong Kong, Spagna (posizionamento Italia: 15)	

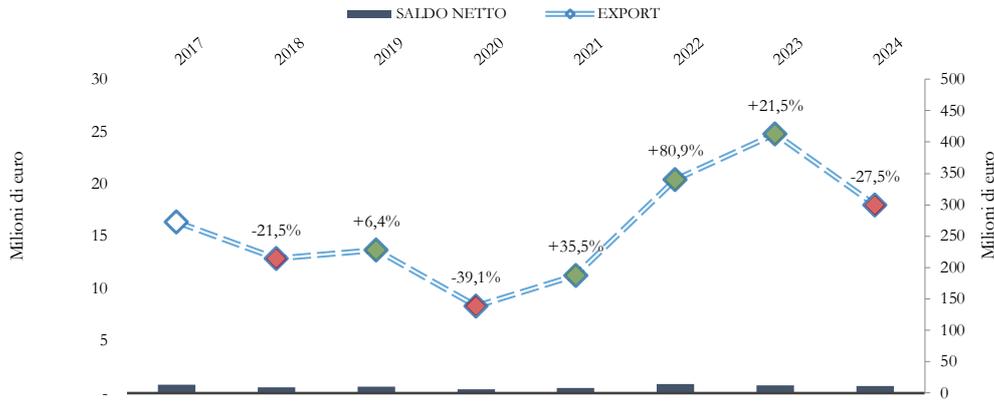
Sport invernali							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attacchi per sci	20,65%	183	5	24	1,09	Francia, Austria, Germania (posizionamento Italia: 2)	
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	20,20%	1.334	115	663	0,83	Francia, Spagna, Cina (posizionamento Italia: 2)	
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	51,37%	3.662	289	472	1,03	Francia, Austria, Cechia (posizionamento Italia: 1)	
Sci da neve	2,14%	223	38	245	2,49	Polonia, Slovenia, Germania (posizionamento Italia: 8)	
Tute da sci a maglia	0,81%	22	44	281	5,17	Danimarca, Spagna, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 8)	
Tute da sci non a maglia	2,56%	36	6	43	3,96	Spagna, Cina, Bangladesh (posizionamento Italia: 7)	
Calzature sci/surf neve, cuoio	-	-	-	-	-	-	



Altro						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Bastoni, fruste e simili	2,43%	88	7	168	1,73	Spagna, Germania, Francia (posizionamento Italia: 6)
Bigliardi e accessori	5,86%	287	4	50	4,17	Francia, Portogallo, Lituania (posizionamento Italia: 5)
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	0,96%	1.015	311	3.841	1,49	Regno Unito, Spagna, Malta (posizionamento Italia: 13)
Palloni, alianti e deltaplani	1,78%	33	10	138	19,12	Francia, Regno Unito, Giappone (posizionamento Italia: 7)
Paracadute e loro parti	1,25%	31	1	27	1,38	Cechia, Cina, Spagna (posizionamento Italia: 11)
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	3,25%	262	23	185	1,62	Spagna, Germania, Francia (posizionamento Italia: 7)

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'¹⁵ – Brasile

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



18	Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)	0,4%	Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024
8	Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)	61	Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

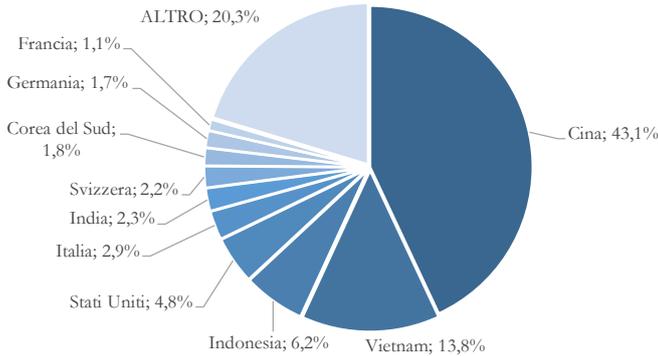


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

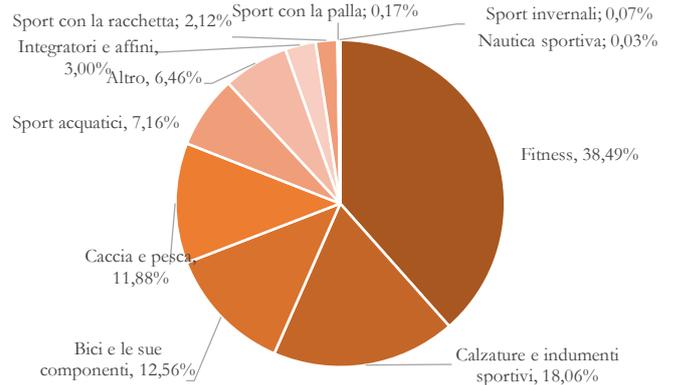
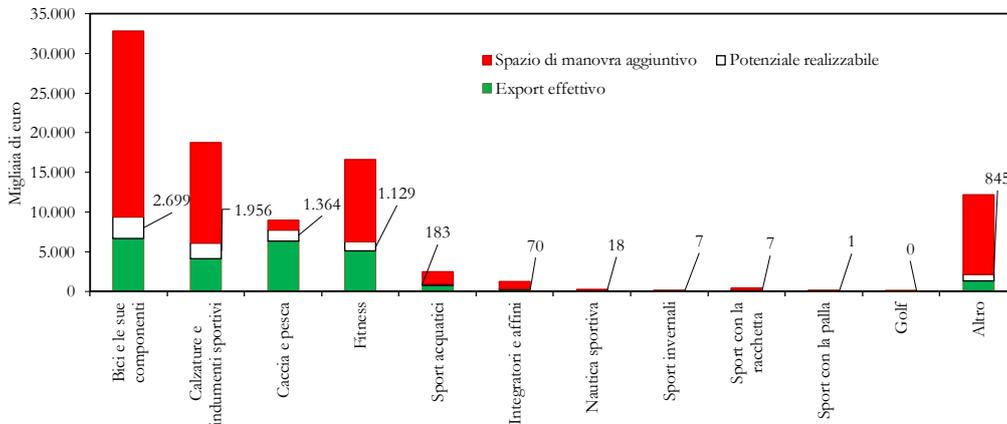


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



¹⁵ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	2,25%	648	50	506	5,23	Spagna, Stati Uniti, Vietnam (posizionamento Italia: 7)
Cerchioni e raggi per velocipedi	0,07%	4	0	3	3,72	Germania, Hong Kong, Singapore (posizionamento Italia: 15)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	0,61%	289	151	4.301	20,81	Stati Uniti, Francia, Vietnam (posizionamento Italia: 11)
Mozzi e pignoni per velocipedi	0,10%	17	1	11	3,40	Cechia, Paesi Bassi, Stati Uniti (posizionamento Italia: 12)
Parti e accessori vari per velocipedi	3,90%	4.735	1.760	15.386	47,95	Giappone, Cina, Francia (posizionamento Italia: 5)
Pedali e pedaliera per velocipedi	1,00%	132	193	2.098	5,94	Giappone, Francia, Spagna (posizionamento Italia: 7)
Selle per velocipedi	5,02%	271	517	712	17,32	Regno Unito, Cina, Taiwan (posizionamento Italia: 3)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	1,04%	600	26	387	24,71	Portogallo, Stati Uniti, Hong Kong (posizionamento Italia: 6)

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	0,81%	74	8	174	2,44	Stati Uniti, Indonesia, Giappone (posizionamento Italia: 9)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	1,17%	3	6	8	0,03	Stati Uniti, Regno Unito, Canada (posizionamento Italia: 4)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	49,73%	5.629	1.301	969	7,21	Stati Uniti, Giappone, Turchia (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	9,73%	69	8	35	0,92	Spagna, Stati Uniti, Turchia (posizionamento Italia: 4)
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	10,75%	596	42	84	1,77	Francia, Spagna, Ungheria (posizionamento Italia: 4)
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	0,11%	2	0	4	1,95	Portogallo, Argentina, India (posizionamento Italia: 11)
Ami, anche con braccioli	-	-	-	-	-	-
Canne da pesca	-	-	-	-	-	-
Mulinelli pesca	-	-	-	-	-	-

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	5,36%	1.798	257	1.846	4,52	Cina, Giappone, Stati Uniti (posizionamento Italia: 4)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	0,30%	85	6	93	2,82	Francia, Hong Kong, India (posizionamento Italia: 8)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	3,24%	128	16	50	0,65	Hong Kong, Germania, India (posizionamento Italia: 6)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	4,67%	2.044	1.670	10.669	4,37	Giappone, Cina, Germania (posizionamento Italia: 2)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	6,99%	54	6	62	29,74	Cina, Giappone, Indonesia (posizionamento Italia: 4)
Calzature cinturini suola gomma/plastica	-	-	-	-	-	-



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/gioco, piscine e vasche	4,92%	4.432	900	8.246	4,55	Ungheria, Cina, Regno Unito (posizionamento Italia: 4)	
Tute donna altre materie (no maglia)	3,24%	113	81	398	1,77	Spagna, India, Francia (posizionamento Italia: 5)	
Tute donna cotone (no maglia)	2,07%	123	26	367	0,46	Spagna, Francia, Giappone (posizionamento Italia: 7)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	0,74%	143	44	579	2,28	Spagna, Hong Kong, Francia (posizionamento Italia: 10)	
Tute sportive a maglia cotone	0,62%	1	0	0	0,76	Polonia, Albania, Germania (posizionamento Italia: 10)	
Tute sportive a maglia sintetiche	0,45%	34	60	572	13,53	Francia, Uruguay, Hong Kong (posizionamento Italia: 9)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	7,23%	21	1	5	0,15	India, Germania, Francia (posizionamento Italia: 7)	
Tute uomo cotone (no maglia)	5,79%	44	2	16	19,93	Spagna, Vietnam, Pakistan (posizionamento Italia: 5)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	2,56%	180	15	200	8,30	Regno Unito, Svezia, Pakistan (posizionamento Italia: 6)	
Tute sportive a maglia altre materie	-	-	-	-	-	-	

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Palle da golf	6,805%	1	0	2	0,96	Stati Uniti, Cina, Germania (posizionamento Italia: 5)	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	-	-	-	-	-	-	
Bastoni da golf completi	-	-	-	-	-	-	

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Concentrati di proteine	0,51%	101	10	156	1,63	Francia, Germania, Spagna (posizionamento Italia: 12)	
Medicamenti con vitamine, dosati	0,05%	3	1	9	4,16	Irlanda, Giappone, Spagna (posizionamento Italia: 21)	
Miscele di provitamine o vitamine	0,04%	13	11	88	0,27	Spagna, Germania, Regno Unito (posizionamento Italia: 12)	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	0,47%	27	2	21	1,28	Giappone, Germania, Belgio (posizionamento Italia: 11)	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	0,28%	93	47	644	11,83	Francia, Norvegia, Germania (posizionamento Italia: 11)	

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Barche a vela <= 7,5 m	5,50%	59	17	96	0,57	Argentina, Thailandia, Germania (posizionamento Italia: 5)	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	9,09%	44	1	9	2,85	Paesi Bassi, Filippine, Slovenia (posizionamento Italia: 5)	



Sport acquatici							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	5,36%	348	61	447	2,13	Stati Uniti, Cina, Austria (posizionamento Italia: 4)	
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	33,58%	12	1	4	14,50	Cina, Francia, Tunisia (posizionamento Italia: 2)	
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	2,46%	230	94	990	37,25	Francia, Hong Kong, Slovacchia (posizionamento Italia: 5)	
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	0,03%	1	1	7	0,96	Germania, Portogallo, Repubblica moldova (posizionamento Italia: 16)	
Costumi donna (no maglia)	10,13%	25	9	48	6,23	Francia, Cina, Tunisia (posizionamento Italia: 2)	
Costumi uomo (no maglia)	2,39%	91	17	72	1,09	Germania, Francia, Marocco (posizionamento Italia: 12)	
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	-	-	-	-	-	-	
Tavole a vela	-	-	-	-	-	-	

Sport con la palla							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Palle sportive gonfiabili	0,02%	2	0	3	20,83	Stati Uniti, Spagna, India (posizionamento Italia: 14)	
Palle sportive, escl. gonfiabili	1,90%	1	0	6	0,96	Germania, Hong Kong, Cina (posizionamento Italia: 6)	

Sport con la racchetta							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Racchette da tennis, anche senza corde	4,70%	132	7	288	1,48	Hong Kong, Giappone, Spagna (posizionamento Italia: 5)	
Attrezzatura per tennis tavolo	-	-	-	-	-	-	
Palle da tennis	-	-	-	-	-	-	
Racchette badminton/simili, escl. tennis	-	-	-	-	-	-	

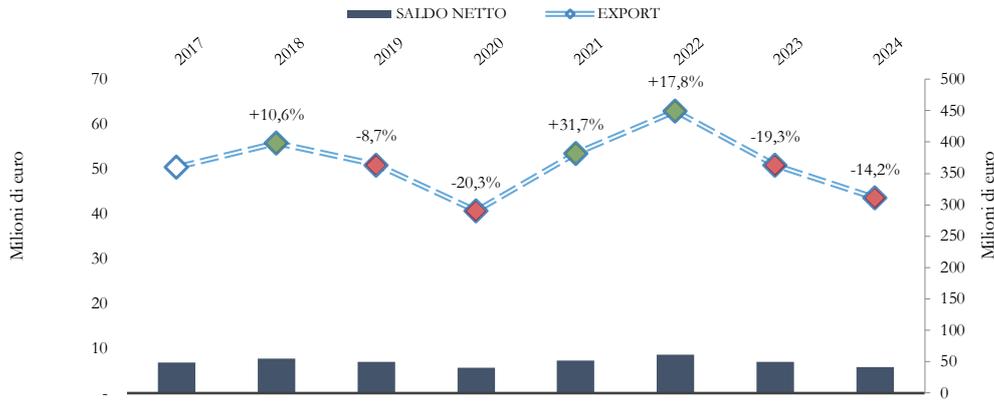
Sport invernali							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	0,43%	4	3	20	1,68	Paesi Bassi, Taiwan, Cina (posizionamento Italia: 6)	
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	26,84%	8	1	2	1,02	Cina, Cechia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 2)	
Sci da neve	26,68%	25	2	15	0,56	Stati Uniti, Germania, Regno Unito (posizionamento Italia: 2)	
Tute da sci non a maglia	1,66%	1	0	1	2,02	Regno Unito, Paesi Bassi, Hong Kong (posizionamento Italia: 11)	
Attacchi per sci	-	-	-	-	-	-	
Calzature sci/surf neve, cuoio	-	-	-	-	-	-	
Tute da sci a maglia	-	-	-	-	-	-	



Altro						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Bastoni, fruste e simili	0,16%	2	0	1	2,90	Germania, Hong Kong, Indonesia (posizionamento Italia: 7)
Bigliardi e accessori	5,12%	23	8	91	13,03	Belgio, Cina, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 3)
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	2,70%	1.116	733	9.055	1,38	Cina, Stati Uniti, Pakistan (posizionamento Italia: 3)
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	2,72%	190	104	826	8,66	Hong Kong, Francia, Cina (posizionamento Italia: 3)
Palloni, alianti e deltaplani	-	-	-	-	-	-
Paracadute e loro parti	-	-	-	-	-	-

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'¹⁶ – Canada

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



44	Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)	0,9%	Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024
11	Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)	50	Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

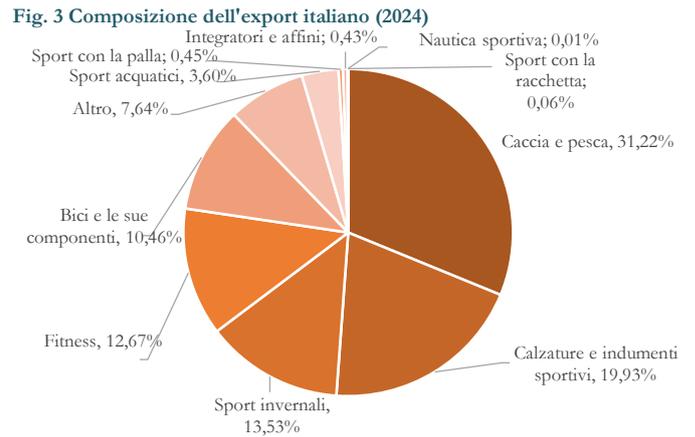
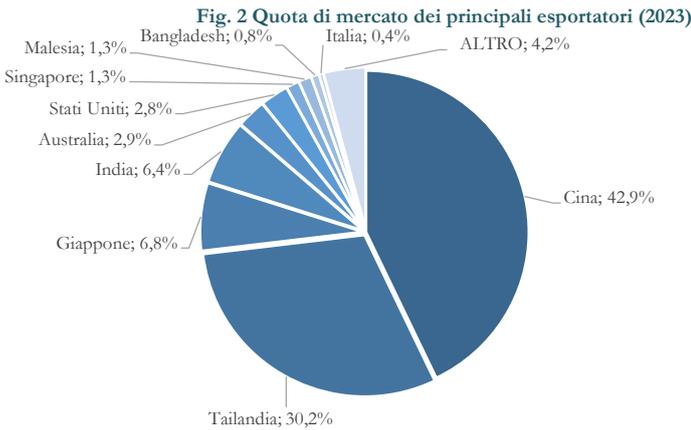
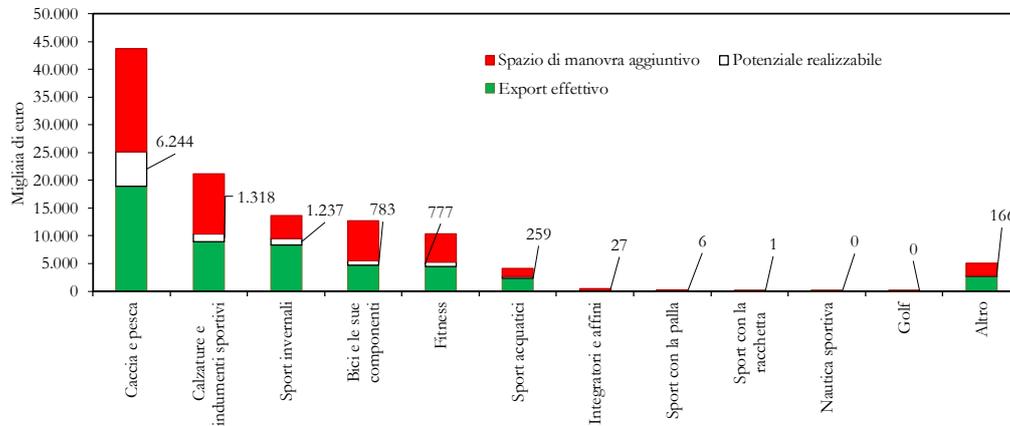


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



¹⁶ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	0,53%	1.364	193	1.930	4,65	Regno Unito, Portogallo, Spagna (posizionamento Italia: 11)
Cerchioni e raggi per velocipedi	0,21%	6	2	13	7,41	Regno Unito, Singapore, Sud Africa (posizionamento Italia: 14)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	0,20%	36	1	35	1,45	Spagna, Regno Unito, Germania (posizionamento Italia: 10)
Mozzi e pignoni per velocipedi	0,41%	43	8	149	0,62	Regno Unito, Polonia, Germania (posizionamento Italia: 10)
Parti e accessori vari per velocipedi	1,68%	1.460	377	3.299	1,57	Cina, Giappone, Polonia (posizionamento Italia: 5)
Pedali e pedaliera per velocipedi	2,30%	392	23	251	3,03	Cina, Giappone, Francia (posizionamento Italia: 6)
Selle per velocipedi	11,52%	352	81	112	1,33	Stati Uniti, Regno Unito, Cina (posizionamento Italia: 4)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	3,49%	1.078	97	1.425	1,28	Stati Uniti, Vietnam, Giappone (posizionamento Italia: 5)

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Ami, anche con braccioli	0,46%	35	1	28	2,49	Regno Unito, Francia, Serbia (posizionamento Italia: 14)
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	0,11%	50	3	59	1,09	Norvegia, Bulgaria, Regno Unito (posizionamento Italia: 21)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	4,35%	990	2.112	3.118	0,93	Brasile, Stati Uniti, Germania (posizionamento Italia: 3)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	32,14%	12.718	836	622	0,93	Stati Uniti, Portogallo, Giappone (posizionamento Italia: 2)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	3,98%	4.433	3.090	14.216	0,82	Cechia, Giappone, Stati Uniti (posizionamento Italia: 5)
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	8,46%	687	197	401	0,79	Francia, Stati Uniti, Cina (posizionamento Italia: 5)
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	0,12%	25	5	67	1,12	Slovacchia, Australia, Corea del Sud (posizionamento Italia: 19)
Canne da pesca	-	-	-	-	-	-
Mulinelli pesca	-	-	-	-	-	-

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	0,67%	51	6	105	0,43	Indonesia, Francia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 6)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	3,42%	1.032	217	1.558	1,93	Regno Unito, Stati Uniti, Cina (posizionamento Italia: 6)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	0,35%	2.069	431	6.634	0,83	Francia, Regno Unito, Stati Uniti (posizionamento Italia: 7)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	12,66%	5.037	572	1.810	1,14	India, Vietnam, Cina (posizionamento Italia: 3)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	0,53%	526	55	353	1,00	Regno Unito, Giappone, Svezia (posizionamento Italia: 12)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	0,68%	269	36	345	1,52	India, Ungheria, Corea del Sud (posizionamento Italia: 12)



Fitness						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attrezzi sport/gioco, piscine e vasche	0,26%	789	28	252	0,46	Regno Unito, Paesi Bassi, Francia (posizionamento Italia: 9)
Tute donna altre materie (no maglia)	2,72%	1.208	462	2.270	0,62	India, Francia, Cina (posizionamento Italia: 5)
Tute donna cotone (no maglia)	0,91%	217	40	569	0,27	Francia, Stati Uniti, Turchia (posizionamento Italia: 15)
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	0,52%	447	77	1.010	0,78	Francia, Spagna, Vietnam (posizionamento Italia: 13)
Tute sportive a maglia altre materie	1,25%	25	1	4	1,65	Francia, Cipro, Corea del Sud (posizionamento Italia: 9)
Tute sportive a maglia cotone	1,90%	80	1	6	1,13	Francia, Egitto, Stati Uniti (posizionamento Italia: 10)
Tute sportive a maglia sintetiche	3,53%	140	25	238	1,09	Francia, Bangladesh, Regno Unito (posizionamento Italia: 5)
Tute uomo altre materie (no maglia)	10,96%	1.058	114	496	2,41	Stati Uniti, India, Regno Unito (posizionamento Italia: 3)
Tute uomo cotone (no maglia)	0,42%	184	23	184	1,13	Portogallo, India, Regno Unito (posizionamento Italia: 13)
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	0,58%	347	7	92	0,81	India, Pakistan, Francia (posizionamento Italia: 12)

Golf						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Accessori golf, escl. palle e bastoni	0,007%	5	0	18	2,18	India, Singapore, Francia (posizionamento Italia: 25)
Bastoni da golf completi	-	-	-	-	-	-
Palle da golf	-	-	-	-	-	-

Integratori e affini						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Concentrati di proteine	0,04%	75	6	88	1,54	Austria, Regno Unito, Malaysia (posizionamento Italia: 14)
Medicamenti con vitamine, dosati	0,17%	36	1	17	1,46	Giappone, Danimarca, Cipro (posizionamento Italia: 17)
Miscele di provitamine o vitamine	0,03%	16	14	111	1,60	Regno Unito, Germania, Francia (posizionamento Italia: 18)
Peptoni, proteine e polvere di pelle	0,02%	15	4	55	0,37	Polonia, Regno Unito, Hong Kong (posizionamento Italia: 28)
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	0,38%	13	1	19	0,39	Belgio, Giappone, Francia (posizionamento Italia: 9)

Nautica sportiva						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	0,65%	5	0	2	1,02	Regno Unito, Francia, Hong Kong (posizionamento Italia: 13)
Barche a vela <= 7,5 m	-	-	-	-	-	-



Sport acquatici							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	0,59%	438	30	220	1,36	Francia, Germania, Slovacchia (posizionamento Italia: 8)	
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	2,57%	18	1	6	0,72	India, Corea del Sud, Vietnam (posizionamento Italia: 8)	
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	1,70%	6	0	3	0,89	Thailandia, Stati Uniti, Cina (posizionamento Italia: 7)	
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	0,63%	751	16	169	0,64	Tunisia, Germania, Francia (posizionamento Italia: 13)	
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	4,95%	291	53	345	1,40	Francia, Cina, Stati Uniti (posizionamento Italia: 5)	
Costumi donna (no maglia)	3,60%	211	75	384	1,03	Francia, Cina, Portogallo (posizionamento Italia: 6)	
Costumi uomo (no maglia)	2,27%	655	81	351	1,02	Indonesia, Tunisia, Francia (posizionamento Italia: 7)	
Tavole a vela	3,34%	22	3	35	1,19	Francia, Stati Uniti, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 6)	

Sport con la palla							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Palle sportive gonfiabili	0,24%	86	2	26	1,60	Francia, India, Lituania (posizionamento Italia: 11)	
Palle sportive, escl. gonfiabili	0,14%	27	4	49	0,99	Regno Unito, Irlanda, Guatemala (posizionamento Italia: 18)	

Sport con la racchetta							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzatura per tennis tavolo	0,10%	4	0	1	-	Regno Unito, Pakistan, Ungheria (posizionamento Italia: 15)	
Racchette badminton/simili, escl. tennis	0,09%	9	0	4	2,58	Regno Unito, Francia, India (posizionamento Italia: 10)	
Racchette da tennis, anche senza corde	0,05%	6	1	26	1,38	Spagna, Francia, Irlanda (posizionamento Italia: 15)	
Palle da tennis	-	-	-	-	-	-	

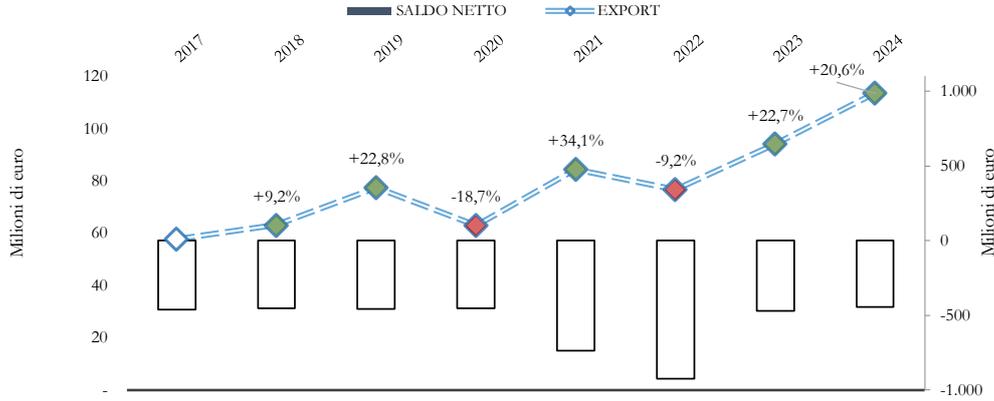
Sport invernali							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attacchi per sci	2,60%	195	68	340	0,97	Francia, Cechia, Bosnia-Erzegovina (posizionamento Italia: 9)	
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	4,04%	674	135	777	0,68	Austria, Francia, Lituania (posizionamento Italia: 5)	
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	16,49%	6.656	776	1.270	0,82	Francia, Cina, Austria (posizionamento Italia: 3)	
Calzature sci/surf neve, cuoio	1,70%	20	15	56	1,01	Romania, Regno Unito, Indonesia (posizionamento Italia: 9)	
Sci da neve	4,03%	591	66	426	1,25	Francia, Slovenia, Germania (posizionamento Italia: 8)	
Tute da sci a maglia	1,07%	30	2	10	2,30	Francia, Polonia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 6)	
Tute da sci non a maglia	1,15%	131	174	1.174	3,18	Francia, Cina, Stati Uniti (posizionamento Italia: 5)	



Altro							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Bastoni, fruste e simili	0,05%	2	18	398	0,51	Spagna, Francia, Austria (posizionamento Italia: 13)	
Bigliardi e accessori	0,80%	165	4	42	0,50	Giappone, Regno Unito, Taiwan (posizionamento Italia: 9)	
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	0,38%	2.274	129	1.591	1,41	Francia, Regno Unito, India (posizionamento Italia: 13)	
Palloni, alianti e deltaplani	0,44%	6	1	14	1,11	India, Paesi Bassi, Germania (posizionamento Italia: 18)	
Paracadute e loro parti	0,95%	93	6	138	2,13	Cina, Spagna, Francia (posizionamento Italia: 10)	
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	0,20%	114	8	65	0,73	Regno Unito, Svezia, Francia (posizionamento Italia: 10)	

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'¹⁷ – Cina

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



113

Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)

2,4%

Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024

19

Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)

194

Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

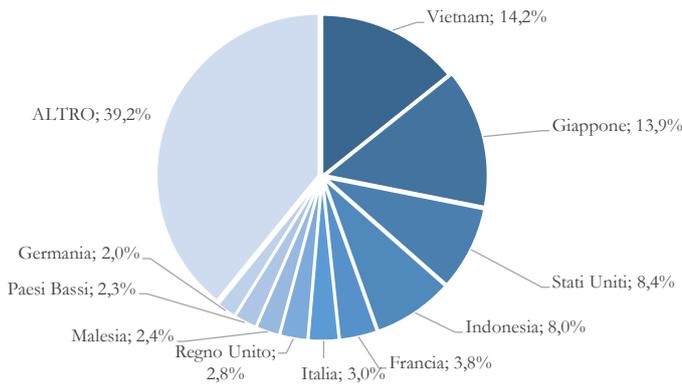


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

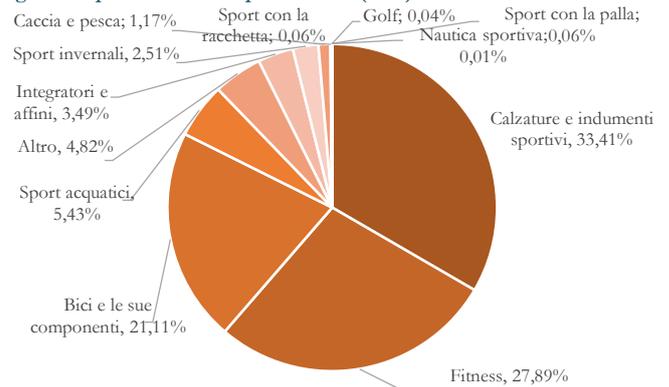
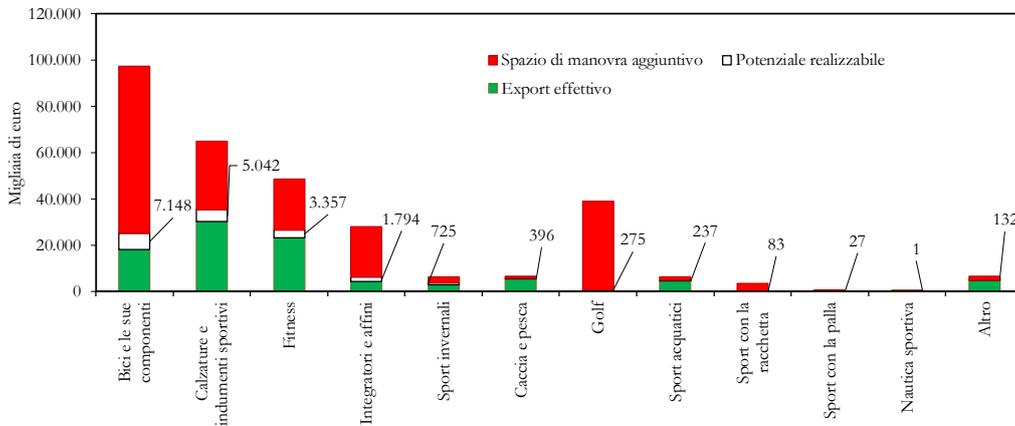


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



¹⁷ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.

Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	2,17%	4.998	2.386	23.913	8,06	Paesi Bassi, Regno Unito, Francia (posizionamento Italia: 6)
Cerchioni e raggi per velocipedi	1,35%	308	16	110	0,92	Francia, Belgio, Emirati Arabi Uniti (posizionamento Italia: 10)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	0,22%	348	252	7.158	1,25	Germania, Francia, Indonesia (posizionamento Italia: 7)
Mozzi e pignoni per velocipedi	0,12%	17	3	56	1,06	Francia, Paesi Bassi, Germania (posizionamento Italia: 16)
Parti e accessori vari per velocipedi	1,70%	5.936	3.214	28.098	1,43	Giappone, Germania, Francia (posizionamento Italia: 6)
Pedali e pedaliera per velocipedi	0,25%	82	7	74	0,49	Germania, Spagna, Francia (posizionamento Italia: 15)
Selle per velocipedi	45,33%	2.239	442	609	1,14	Taiwan, Regno Unito, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 1)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	3,82%	4.141	829	12.166	6,01	Vietnam, Francia, Taiwan (posizionamento Italia: 3)

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Ami, anche con braccioli	0,04%	4	0	12	1,87	Belgio, Estonia, Taiwan (posizionamento Italia: 24)
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	0,17%	25	2	42	3,67	Regno Unito, Indonesia, Malaysia (posizionamento Italia: 16)
Canne da pesca	0,03%	26	7	241	0,48	Regno Unito, Taiwan, Malaysia (posizionamento Italia: 14)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	87,34%	4.394	173	256	0,99	Serbia, Nuova Zelanda, Emirati Arabi Uniti (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	57,14%	329	125	93	2,52	Australia, Nuova Zelanda, Danimarca (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	0,60%	7	0	0	0,97	Nuova Zelanda, Svizzera, Germania (posizionamento Italia: 4)
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	50,56%	538	88	179	0,12	Cechia, Regno Unito, Germania (posizionamento Italia: 1)
Mulinelli pesca	-	-	-	-	-	-
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	-	-	-	-	-	-

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	1,63%	47	7	112	1,73	Paesi Bassi, Emirati Arabi Uniti, Regno Unito (posizionamento Italia: 8)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	1,66%	7.289	1.905	13.685	0,64	Giappone, Regno Unito, Germania (posizionamento Italia: 7)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	0,53%	1.749	129	1.981	1,60	Giappone, Regno Unito, Germania (posizionamento Italia: 9)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	14,92%	15.796	1.639	5.184	0,91	Vietnam, India, Germania (posizionamento Italia: 3)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	8,78%	4.954	1.340	8.560	1,67	Germania, Francia, Giappone (posizionamento Italia: 2)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	1,84%	400	22	209	0,65	Filippine, Hong Kong, Giappone (posizionamento Italia: 9)



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/gioco, piscine e vasche	12,12%	11.358	667	6.106	1,31	Stati Uniti, Regno Unito, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 3)	
Tute donna altre materie (no maglia)	5,53%	3.268	2.170	10.668	1,63	Francia, Corea del Sud, Stati Uniti (posizionamento Italia: 3)	
Tute donna cotone (no maglia)	7,27%	1.807	69	980	2,53	Francia, Giappone, Romania (posizionamento Italia: 4)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	5,16%	2.574	174	2.297	0,42	Francia, Giappone, Romania (posizionamento Italia: 4)	
Tute sportive a maglia altre materie	8,51%	28	2	9	0,68	Spagna, Francia, Indonesia (posizionamento Italia: 5)	
Tute sportive a maglia cotone	16,71%	307	1	9	6,77	Francia, Germania, Vietnam (posizionamento Italia: 4)	
Tute sportive a maglia sintetiche	4,95%	261	8	74	3,24	Francia, Thailandia, Taiwan (posizionamento Italia: 7)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	22,64%	1.282	124	539	1,11	Francia, Romania, Giappone (posizionamento Italia: 1)	
Tute uomo cotone (no maglia)	11,15%	951	96	769	3,10	Paesi Bassi, Francia, Vietnam (posizionamento Italia: 3)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	1,77%	1.289	46	606	1,25	Francia, Giappone, Filippine (posizionamento Italia: 10)	

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	0,097%	425	275	38.096	0,92	Regno Unito, Corea del Sud, Francia (posizionamento Italia: 13)	
Bastoni da golf completi	-	-	-	-	-	-	
Palle da golf	-	-	-	-	-	-	

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Concentrati di proteine	5,65%	1.775	392	6.150	1,74	Regno Unito, Stati Uniti, Germania (posizionamento Italia: 3)	
Medicamenti con vitamine, dosati	0,00%	23	1.033	11.889	2,00	Cipro, Figi, Lettonia (posizionamento Italia: 36)	
Miscele di provitamine o vitamine	0,27%	330	206	1.603	0,61	Spagna, Regno Unito, Malaysia (posizionamento Italia: 15)	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	1,15%	1.818	157	2.094	0,35	Regno Unito, Germania, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 11)	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	0,45%	393	6	83	0,93	Regno Unito, Thailandia, Taiwan (posizionamento Italia: 15)	

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	0,58%	13	1	6	1,40	Francia, Regno Unito, Thailandia (posizionamento Italia: 14)	
Barche a vela <= 7,5 m	-	-	-	-	-	-	



Sport acquatici							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	14,14%	1.935	87	645	0,73	Francia, Stati Uniti, Germania (posizionamento Italia: 2)	
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	30,91%	84	4	17	1,79	Regno Unito, Polonia, Svizzera (posizionamento Italia: 1)	
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	17,36%	29	2	21	15,44	Spagna, Paesi Bassi, Vietnam (posizionamento Italia: 2)	
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	2,11%	491	19	199	3,96	Belgio, Francia, Regno Unito (posizionamento Italia: 6)	
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	4,08%	69	5	30	1,64	Portogallo, Regno Unito, Francia (posizionamento Italia: 5)	
Costumi donna (no maglia)	6,28%	173	32	163	0,56	Francia, Portogallo, Giappone (posizionamento Italia: 4)	
Costumi uomo (no maglia)	27,31%	1.576	84	367	0,93	Francia, Tunisia, Regno Unito (posizionamento Italia: 1)	
Tavole a vela	9,18%	105	4	42	1,92	Paesi Bassi, Hong Kong, Francia (posizionamento Italia: 6)	

Sport con la palla							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Palle sportive gonfiabili	0,86%	159	7	92	2,30	Regno Unito, Germania, Indonesia (posizionamento Italia: 5)	
Palle sportive, escl. gonfiabili	3,16%	137	20	276	2,68	Regno Unito, Francia, Taiwan (posizionamento Italia: 6)	

Sport con la racchetta							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzatura per tennis tavolo	0,14%	7	4	45	1,14	Francia, Germania, Slovenia (posizionamento Italia: 8)	
Racchette badminton/simili, escl. tennis	0,16%	35	79	3.106	1,91	Germania, Giappone, Malaysia (posizionamento Italia: 7)	
Racchette da tennis, anche senza corde	0,14%	5	0	7	8,84	Germania, Regno Unito, Austria (posizionamento Italia: 12)	
Palle da tennis	-	-	-	-	-		

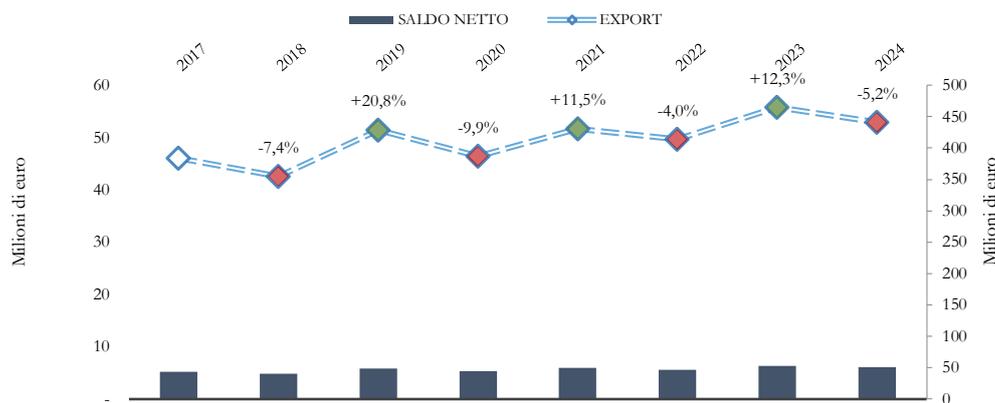
Sport invernali							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attacchi per sci	4,63%	154	17	83	1,32	Germania, Francia, Cechia (posizionamento Italia: 7)	
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	0,81%	96	7	40	0,99	Ucraina, Francia, Svizzera (posizionamento Italia: 16)	
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	8,50%	1.428	438	716	0,72	Austria, Francia, Romania (posizionamento Italia: 4)	
Calzature sci/surf neve, cuoio	24,82%	431	30	107	2,90	Regno Unito, Romania, Spagna (posizionamento Italia: 2)	
Sci da neve	4,22%	701	222	1.435	0,66	Francia, Svizzera, Austria (posizionamento Italia: 5)	
Tute da sci a maglia	1,20%	10	2	10	1,79	Francia, Stati Uniti, Germania (posizionamento Italia: 6)	
Tute da sci non a maglia	8,20%	118	11	71	13,49	Francia, Stati Uniti, Cechia (posizionamento Italia: 5)	



Altro						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Bastoni, fruste e simili	2,69%	110	2	34	0,97	Regno Unito, Cechia, Hong Kong (posizionamento Italia: 6)
Bigliardi e accessori	2,13%	455	48	532	1,22	Giappone, Regno Unito, Malaysia (posizionamento Italia: 9)
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	4,70%	3.338	48	595	0,37	Francia, Thailandia, Svizzera (posizionamento Italia: 8)
Paracadute e loro parti	1,82%	14	0	7	1,10	Francia, Germania, Svizzera (posizionamento Italia: 12)
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	18,57%	872	34	272	2,83	Francia, Taiwan, Thailandia (posizionamento Italia: 2)
Palloni, alianti e deltaplani	-	-	-	-	-	-

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'¹⁸ – Corea del Sud

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



53

Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)

1,1%

Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024

9

Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)

76

Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

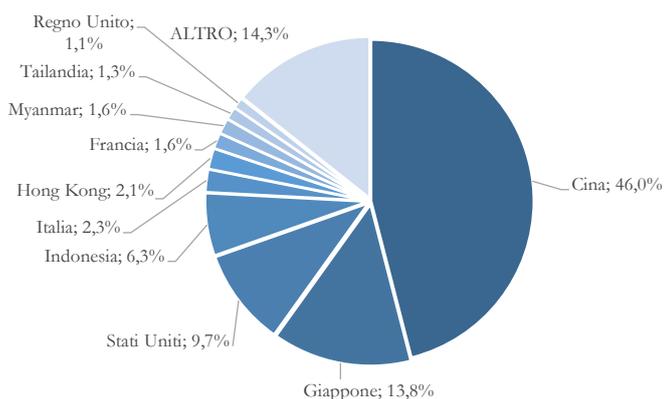


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

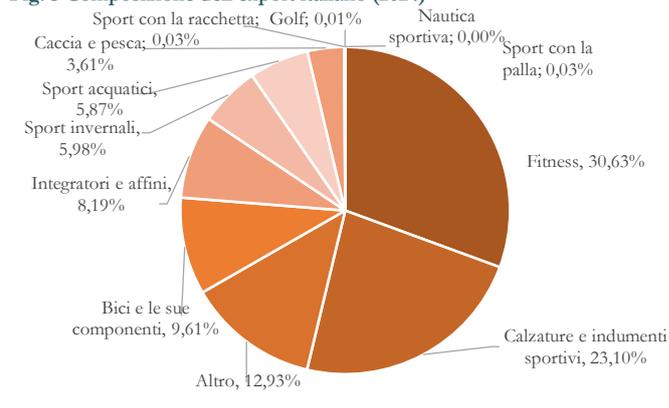
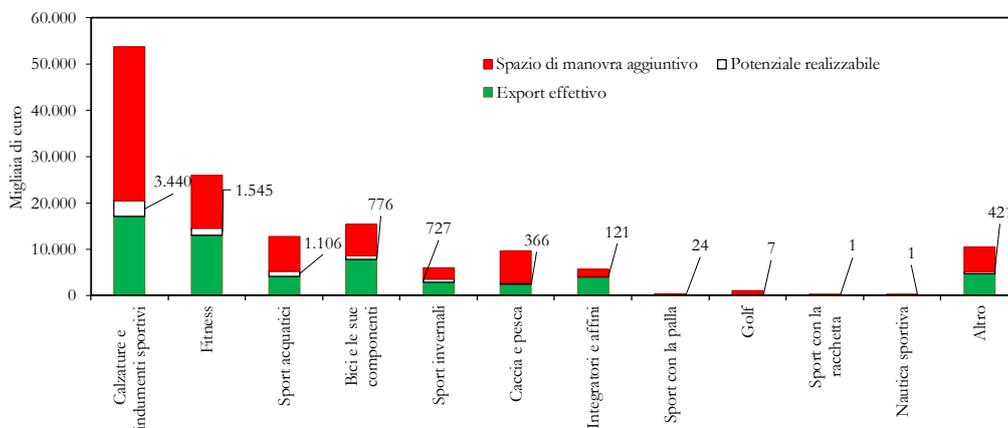


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



¹⁸ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	0,44%	937	127	1.271	3,23	Spagna, Vietnam, Germania (posizionamento Italia: 9)
Cerchioni e raggi per velocipedi	1,04%	4	1	7	0,15	Francia, Romania, Germania (posizionamento Italia: 10)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	0,87%	23	8	228	0,37	Svizzera, Stati Uniti, Francia (posizionamento Italia: 9)
Mozzi e pignoni per velocipedi	3,07%	12	1	21	29,30	Portogallo, Singapore, Giappone (posizionamento Italia: 5)
Parti e accessori vari per velocipedi	7,87%	3.154	353	3.082	23,00	Cina, Giappone, Romania (posizionamento Italia: 4)
Pedali e pedaliera per velocipedi	6,35%	523	40	432	29,55	Francia, Singapore, Cina (posizionamento Italia: 6)
Selle per velocipedi	31,20%	933	145	200	11,04	Regno Unito, Taiwan, Cina (posizionamento Italia: 2)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	13,02%	2.230	102	1.491	40,79	Regno Unito, Birmania, Cina (posizionamento Italia: 3)

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	0,08%	28	41	856	1,40	Malaysia, Norvegia, Regno Unito (posizionamento Italia: 12)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	61,60%	1.942	186	275	1,61	Stati Uniti, Spagna, Francia (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	52,67%	329	71	53	0,77	Germania, Stati Uniti, Giappone (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	0,42%	9	0	2	0,90	Brasile, Svizzera, Hong Kong (posizionamento Italia: 7)
Mulinelli pesca	0,05%	35	68	5.766	0,87	Stati Uniti, Danimarca, Regno Unito (posizionamento Italia: 9)
Ami, anche con braccioli	-	-	-	-	-	-
Canne da pesca	-	-	-	-	-	-
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	-	-	-	-	-	-
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	-	-	-	-	-	-

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	0,65%	139	11	188	3,89	Regno Unito, Spagna, Emirati Arabi Uniti (posizionamento Italia: 7)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	3,90%	4.194	1.423	10.222	5,52	Spagna, Bosnia-Erzegovina, Vietnam (posizionamento Italia: 5)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	1,25%	6.034	1.230	18.923	5,81	Regno Unito, Francia, Cina (posizionamento Italia: 4)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	7,24%	4.520	352	1.113	1,45	India, Regno Unito, Portogallo (posizionamento Italia: 4)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	5,68%	1.654	388	2.475	1,88	Giappone, Vietnam, Francia (posizionamento Italia: 4)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	1,22%	493	37	349	4,63	India, Francia, Regno Unito (posizionamento Italia: 9)



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/gioco, piscine e vasche	2,35%	6.259	495	4.534	1,61	Stati Uniti, Taiwan, Ungheria (posizionamento Italia: 4)	
Tute donna altre materie (no maglia)	7,67%	3.012	416	2.045	2,82	Francia, Vietnam, Cina (posizionamento Italia: 4)	
Tute donna cotone (no maglia)	1,42%	494	26	378	7,02	Francia, Spagna, India (posizionamento Italia: 7)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	0,37%	1.083	55	728	4,40	Regno Unito, Francia, Filippine (posizionamento Italia: 9)	
Tute sportive a maglia altre materie	2,11%	4	0	2	2,65	Francia, Stati Uniti, Spagna (posizionamento Italia: 6)	
Tute sportive a maglia cotone	1,18%	66	167	986	1,82	Regno Unito, Francia, Pakistan (posizionamento Italia: 9)	
Tute sportive a maglia sintetiche	0,48%	94	88	838	29,97	Regno Unito, Cina, Spagna (posizionamento Italia: 8)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	5,99%	1.217	183	793	0,58	Giappone, Romania, Francia (posizionamento Italia: 4)	
Tute uomo cotone (no maglia)	2,77%	523	99	792	6,28	Regno Unito, Danimarca, Stati Uniti (posizionamento Italia: 8)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	0,11%	283	16	216	4,15	Regno Unito, Filippine, Etiopia (posizionamento Italia: 13),	

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	0,027%	31	7	962	2,14	Francia, Regno Unito, Bangladesh (posizionamento Italia: 17)	
Bastoni da golf completi	-	-	-	-	-	-	
Palle da golf	-	-	-	-	-	-	

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Concentrati di proteine	0,90%	51	4	55	58,29	Paesi Bassi, Germania, Francia (posizionamento Italia: 10)	
Medicamenti con vitamine, dosati	1,39%	1.198	31	353	1,24	Francia, Cipro, Svizzera (posizionamento Italia: 15)	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	1,02%	1.646	19	255	0,98	Regno Unito, Vietnam, Australia (posizionamento Italia: 18)	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	2,33%	1.019	68	935	192,74	Francia, Giappone, Singapore (posizionamento Italia: 10)	
Miscele di provitamine o vitamine	-	-	-	-	-	-	

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Barche a vela <= 7,5 m	4,13%	2	1	4	1,24	Stati Uniti, Regno Unito, Cina (posizionamento Italia: 5)	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	1,56%	2	0	5	2,41	Francia, Hong Kong, Canada (posizionamento Italia: 10),	



Sport acquatici							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	5,09%	2.358	571	4.212	1,63	Cina, Taiwan, Stati Uniti (posizionamento Italia: 3)	
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	9,89%	162	34	142	3,20	Regno Unito, Cina, Australia (posizionamento Italia: 4)	
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	15,63%	34	4	34	8,58	Regno Unito, Portogallo, Cina (posizionamento Italia: 2)	
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	0,60%	176	77	811	0,27	Germania, Regno Unito, Tunisia (posizionamento Italia: 11)	
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	2,58%	222	116	758	13,71	Regno Unito, Cina, Slovacchia (posizionamento Italia: 6)	
Costumi donna (no maglia)	1,61%	184	237	1.216	5,73	Francia, Vietnam, Cina (posizionamento Italia: 4)	
Costumi uomo (no maglia)	13,11%	921	67	291	1,33	Regno Unito, Tunisia, Portogallo (posizionamento Italia: 3)	
Tavole a vela	1,56%	3	0	4	4,17	Francia, Paesi Bassi, Danimarca (posizionamento Italia: 11)	

Sport con la palla							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Palle sportive gonfiabili	0,31%	23	24	296	0,97	Stati Uniti, Giappone, Regno Unito (posizionamento Italia: 10)	
Palle sportive, escl. gonfiabili	-	-	-	-	-	-	

Sport con la racchetta							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Racchette badminton/simili, escl. tennis	0,09%	7	1	32	6,83	Francia, Stati Uniti, Vietnam (posizionamento Italia: 11)	
Racchette da tennis, anche senza corde	0,06%	3	0	20	29,40	Irlanda, Francia, Germania (posizionamento Italia: 10)	
Attrezzatura per tennis tavolo	-	-	-	-	-	-	
Palle da tennis	-	-	-	-	-	-	

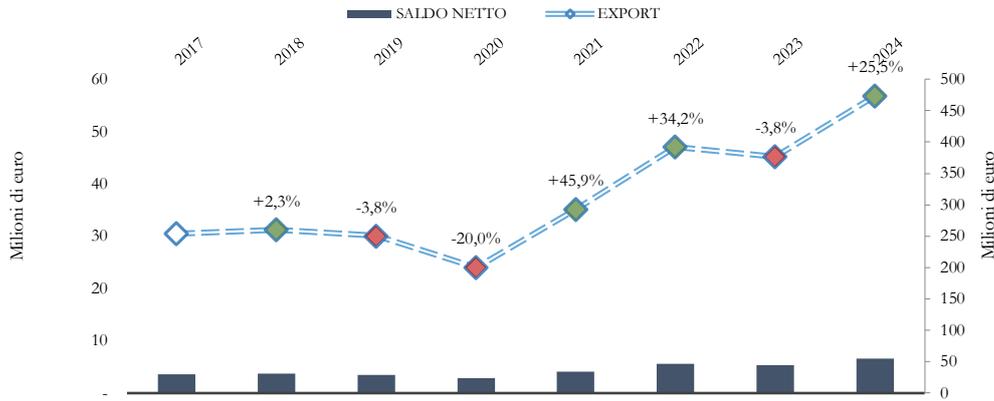
Sport invernali							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attacchi per sci	8,69%	321	90	451	1,61	Cina, Francia, Austria (posizionamento Italia: 3)	
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	3,55%	231	101	581	0,61	Cina, Slovenia, Svizzera (posizionamento Italia: 5)	
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	14,69%	1.282	410	671	0,95	Cina, Ungheria, Austria (posizionamento Italia: 2)	
Calzature sci/surf neve, cuoio	11,42%	78	15	55	5,79	Regno Unito, Vietnam, Cina (posizionamento Italia: 4)	
Sci da neve	11,16%	748	85	551	1,22	Francia, Germania, Giappone (posizionamento Italia: 2)	
Tute da sci a maglia	14,47%	30	5	35	18,36	Portogallo, Cina, Stati Uniti (posizionamento Italia: 2)	
Tute da sci non a maglia	2,90%	84	19	131	4,43	Regno Unito, Vietnam, Spagna (posizionamento Italia: 5)	



Altro						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Bastoni, fruste e simili	0,79%	187	4	87	0,48	Regno Unito, Francia, Austria (posizionamento Italia: 6)
Bigliardi e accessori	6,99%	715	4	41	0,91	Francia, Belgio, Giappone (posizionamento Italia: 5)
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	4,72%	3.576	369	4.561	1,39	Stati Uniti, Cina, Regno Unito (posizionamento Italia: 3)
Paracadute e loro parti	0,44%	77	19	405	0,88	Germania, Francia, Cechia (posizionamento Italia: 10)
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	2,06%	167	26	205	1,27	Canada, Stati Uniti, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 6)
Palloni, alianti e deltaplani	-	-	-	-	-	-

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'¹⁹ – Emirati Arabi Uniti

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



57	Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)	1,2%	Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024
10	Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)	92	Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

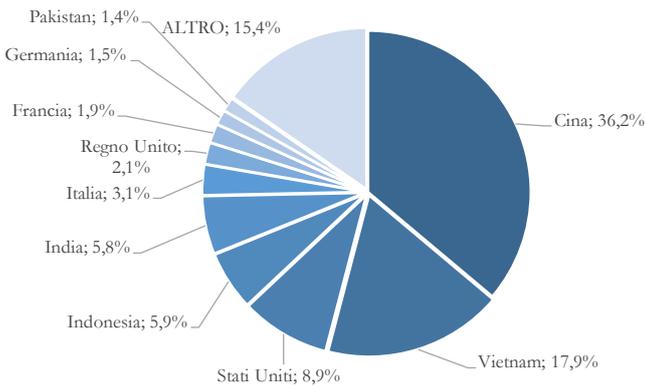


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

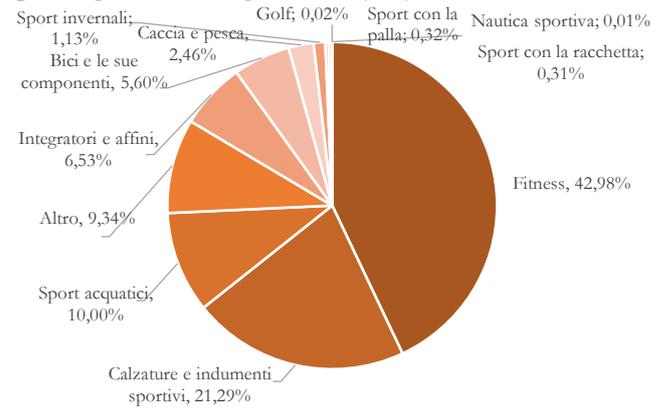
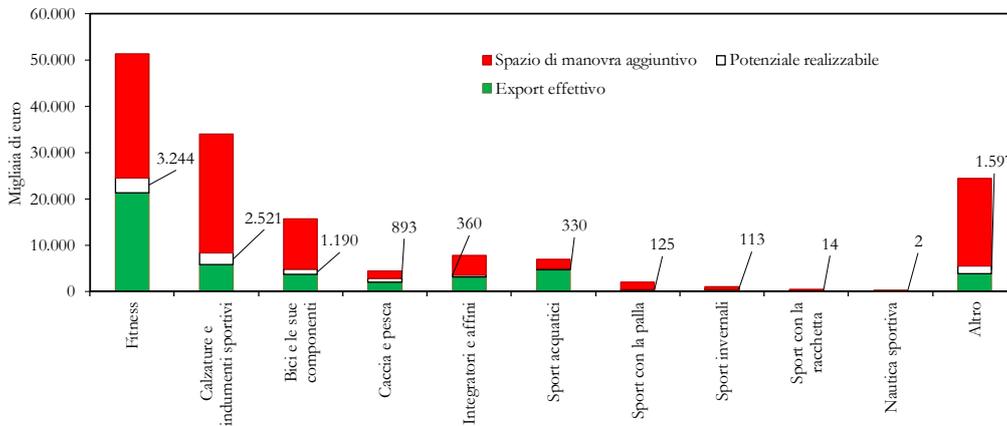


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



¹⁹ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	4,34%	2.192	826	8.276	72,74	Germania, Cina, Giappone (posizionamento Italia: 4)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	1,48%	26	4	101	3,83	Germania, Australia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 7)
Mozzi e pignoni per velocipedi	0,33%	3	0	3	1,03	Germania, Turchia, Regno Unito (posizionamento Italia: 18)
Parti e accessori vari per velocipedi	5,42%	710	170	1.486	7,53	Cina, Stati Uniti, Polonia (posizionamento Italia: 5)
Pedali e pedaliera per velocipedi	13,64%	190	10	111	69,56	Cina, Francia, Regno Unito (posizionamento Italia: 2)
Selle per velocipedi	7,16%	80	134	185	19,24	Cina, Regno Unito, Stati Uniti (posizionamento Italia: 2)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	11,61%	402	46	681	10,22	Cina, Regno Unito, India (posizionamento Italia: 2)
Cerchioni e raggi per velocipedi	-	-	-	-	-	-

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	0,95%	36	16	331	1,47	Malaysia, Singapore, Sud Africa (posizionamento Italia: 11)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	0,12%	3	0	0	0,35	Turchia, Grecia, Nuova Zelanda (posizionamento Italia: 9)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	4,96%	268	669	498	10,00	Regno Unito, Cina, Austria (posizionamento Italia: 3)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	0,91%	170	94	432	1,11	Austria, Cechia, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 13)
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	56,99%	1.527	114	232	1,52	Spagna, Cechia, Germania (posizionamento Italia: 1)
Ami, anche con braccioli	-	-	-	-	-	-
Canne da pesca	-	-	-	-	-	-
Mulinelli pesca	-	-	-	-	-	-
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	-	-	-	-	-	-

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	0,36%	263	2	28	0,92	Francia, Repubblica dominicana, Regno Unito (posizionamento Italia: 10)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	1,42%	867	846	6.080	2,67	Cina, Birmania, Maurizio (posizionamento Italia: 7)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	0,37%	1.802	1.091	16.787	1,57	Belgio, Malta, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 8)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	4,44%	1.335	296	935	2,01	India, Cina, Regno Unito (posizionamento Italia: 6)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	4,76%	1.453	282	1.802	4,11	Cina, Croazia, Francia (posizionamento Italia: 5)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	2,59%	53	4	39	7,04	Regno Unito, India, Cina (posizionamento Italia: 10)



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/gioco, piscine e vasche	14,14%	15.438	2.075	19.004	1,49	Cina, Stati Uniti, Ungheria (posizionamento Italia: 2)	
Tute donna altre materie (no maglia)	3,42%	925	453	2.228	3,94	Cina, Francia, India (posizionamento Italia: 4)	
Tute donna cotone (no maglia)	2,22%	804	17	240	1,48	Francia, Regno Unito, Marocco (posizionamento Italia: 9)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	3,80%	1.948	178	2.342	1,30	Marocco, Francia, India (posizionamento Italia: 4)	
Tute sportive a maglia altre materie	5,16%	101	46	172	5,29	Cina, Regno Unito, India (posizionamento Italia: 4)	
Tute sportive a maglia cotone	6,61%	295	33	192	1,99	India, Vietnam, Cina (posizionamento Italia: 6)	
Tute sportive a maglia sintetiche	1,29%	147	7	63	1,55	Hong Kong, India, Pakistan (posizionamento Italia: 11)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	4,08%	803	295	1.280	7,85	Regno Unito, India, Portogallo (posizionamento Italia: 6)	
Tute uomo cotone (no maglia)	2,35%	444	123	989	0,94	Francia, India, Tunisia (posizionamento Italia: 7)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	1,09%	457	19	243	0,74	Regno Unito, Stati Uniti, Messico (posizionamento Italia: 11)	

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	-	-	-	-	-	-	
Bastoni da golf completi	-	-	-	-	-	-	
Palle da golf	-	-	-	-	-	-	

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Concentrati di proteine	0,49%	116	32	498	2,16	Cina, Canada, Romania (posizionamento Italia: 13)	
Medicamenti con vitamine, dosati	4,17%	2.848	307	3.536	0,80	Austria, Stati Uniti, Cipro (posizionamento Italia: 7)	
Miscele di provitamine o vitamine	0,62%	89	10	77	0,83	Ungheria, Spagna, Regno Unito (posizionamento Italia: 10)	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	1,02%	65	9	116	0,93	Spagna, Slovenia, Francia (posizionamento Italia: 14)	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	1,24%	51	2	29	8,20	Regno Unito, Francia, Libano (posizionamento Italia: 12)	

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Barche a vela <= 7,5 m	0,37%	13	2	9	1,34	Slovenia, Australia, Portogallo (posizionamento Italia: 19)	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	0,58%	2	0	3	1,49	Croazia, Cipro, Germania (posizionamento Italia: 19)	



Sport acquatici							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	8,56%	1.046	93	683	3,00	Francia, Stati Uniti, Cina (posizionamento Italia: 3)	
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	13,14%	278	58	242	2,15	Cina, Regno Unito, Turchia (posizionamento Italia: 2)	
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	1,72%	4	0	2	2,98	Portogallo, Indonesia, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 16)	
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	4,63%	1.180	24	248	3,97	Regno Unito, Turchia, Cina (posizionamento Italia: 5)	
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	2,53%	96	8	52	4,40	Regno Unito, Turchia, Cina (posizionamento Italia: 7)	
Costumi donna (no maglia)	9,96%	361	33	168	4,86	Cina, Regno Unito, Tunisia (posizionamento Italia: 3)	
Costumi uomo (no maglia)	13,79%	1.661	113	494	5,44	Cina, Regno Unito, Francia (posizionamento Italia: 2)	
Tavole a vela	6,11%	23	1	12	1,35	Regno Unito, Cina, Svezia (posizionamento Italia: 6)	

Sport con la palla							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Palle sportive gonfiabili	1,43%	315	120	1.494	1,41	India, Indonesia, Cina (posizionamento Italia: 8)	
Palle sportive, escl. gonfiabili	0,18%	8	5	69	0,91	Paesi Bassi, Francia, Polonia (posizionamento Italia: 21)	

Sport con la racchetta							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzatura per tennis tavolo	1,96%	32	8	91	2,88	Spagna, Hong Kong, Francia (posizionamento Italia: 8)	
Racchette badminton/simili, escl. tennis	0,58%	91	6	248	3,20	India, Svezia, Regno Unito (posizionamento Italia: 13)	
Racchette da tennis, anche senza corde	0,36%	2	0	2	1,04	Marocco, Stati Uniti, India (posizionamento Italia: 15)	
Palle da tennis	-	-	-	-	-	-	

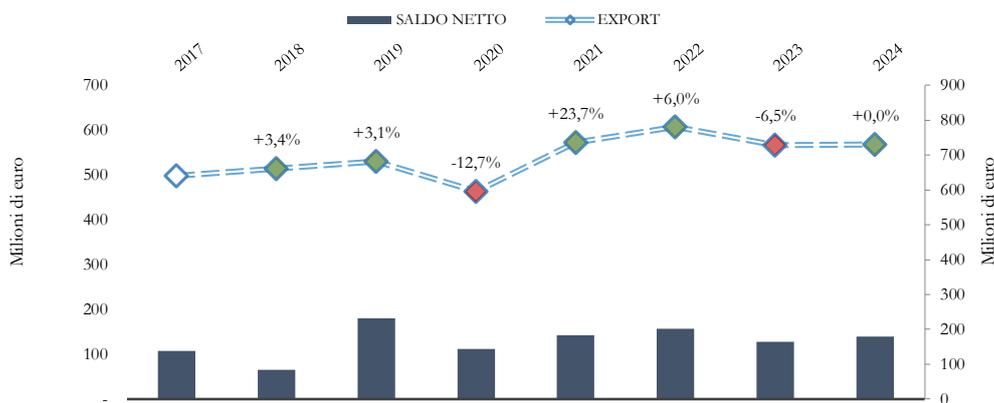
Sport invernali							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attacchi per sci	7,51%	35	13	65	1,87	Cina, Germania, Francia (posizionamento Italia: 3)	
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	2,97%	22	18	104	2,38	Cina, Regno Unito, Australia (posizionamento Italia: 6)	
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	4,68%	46	13	22	0,61	Austria, Romania, Vietnam (posizionamento Italia: 6)	
Calzature sci/surf neve, cuoio	14,25%	175	59	214	0,78	Regno Unito, Cina, Turchia (posizionamento Italia: 2)	
Sci da neve	5,33%	45	4	27	0,77	Germania, Spagna, Francia (posizionamento Italia: 7)	
Tute da sci a maglia	1,73%	1	0	0	0,39	Francia, Germania, Regno Unito (posizionamento Italia: 10)	
Tute da sci non a maglia	6,91%	38	5	32	13,62	Spagna, Cina, Germania (posizionamento Italia: 3)	



Altro						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Bastoni, fruste e simili	4,73%	74	7	164	3,06	Regno Unito, Turchia, Cina (posizionamento Italia: 4)
Bigliardi e accessori	4,25%	231	91	1.014	0,96	Cina, Regno Unito, Spagna (posizionamento Italia: 3)
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	5,47%	3.240	1.325	16.369	1,28	Cina, Cechia, Spagna (posizionamento Italia: 2)
Paracadute e loro parti	1,88%	101	2	51	0,75	Arabia Saudita, Francia, Cechia (posizionamento Italia: 6)
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	3,51%	234	172	1.367	2,41	Cina, Francia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 3)
Palloni, alianti e deltaplani	-	-	-	-	-	-

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'²⁰ – Francia

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



567

Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)

12,1%

Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024

39

Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)

262

Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

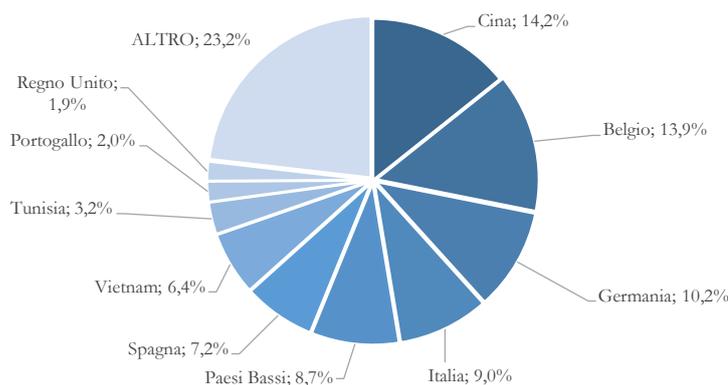


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

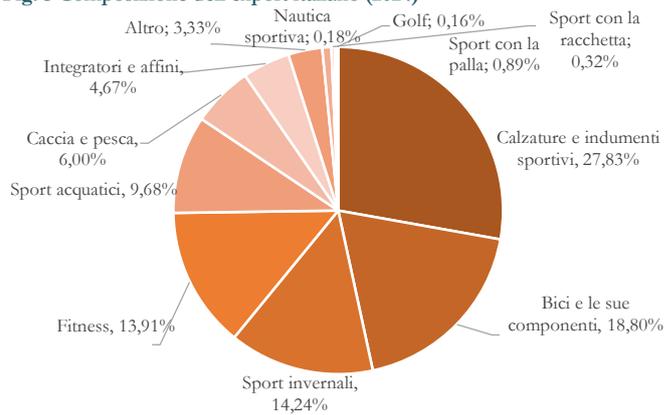
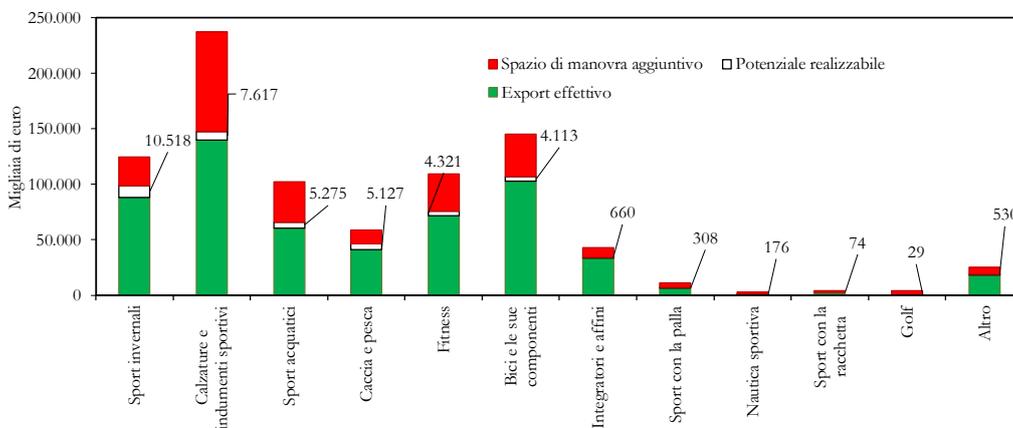


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



²⁰ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	16,27%	62.516	2.273	22.781	0,41	Portogallo, Germania, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 2)
Cerchioni e raggi per velocipedi	7,54%	1.191	70	496	0,19	Germania, Romania, Taiwan (posizionamento Italia: 5)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	2,26%	1.442	30	844	1,26	Spagna, Paesi Bassi, Belgio (posizionamento Italia: 9)
Mozzi e pignoni per velocipedi	2,24%	574	46	823	1,36	Portogallo, Polonia, Spagna (posizionamento Italia: 12)
Parti e accessori vari per velocipedi	8,80%	19.955	818	7.148	2,01	Paesi Bassi, Cina, Giappone (posizionamento Italia: 4)
Pedali e pedaliera per velocipedi	5,35%	2.848	152	1.651	2,28	Paesi Bassi, Giappone, Spagna (posizionamento Italia: 7)
Selle per velocipedi	54,42%	8.472	454	625	1,68	Paesi Bassi, Spagna, Vietnam (posizionamento Italia: 1)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	3,05%	5.882	272	3.986	2,36	Paesi Bassi, Belgio, Vietnam (posizionamento Italia: 5)

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Ami, anche con braccioli	0,79%	127	1	27	2,14	Algeria, Germania, Regno Unito (posizionamento Italia: 18)
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	3,11%	2.134	109	2.281	0,95	Polonia, Paesi Bassi, Giappone (posizionamento Italia: 7)
Canne da pesca	1,50%	853	18	624	1,50	Germania, Polonia, Giappone (posizionamento Italia: 10)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	29,46%	6.836	1.828	2.699	1,70	Spagna, Brasile, Cechia (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	54,26%	13.754	1.620	1.206	3,30	Belgio, Regno Unito, Turchia (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	30,12%	9.827	615	2.830	1,40	Stati Uniti, Cechia, Germania (posizionamento Italia: 1)
Mulinelli pesca	0,51%	133	1	110	0,67	Stati Uniti, Svezia, Germania (posizionamento Italia: 15)
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	17,16%	7.481	880	1.787	1,10	Spagna, Turchia, Germania (posizionamento Italia: 3)
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	0,63%	106	55	715	1,75	Tunisia, Spagna, Thailandia (posizionamento Italia: 10)

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	4,18%	2.546	70	1.179	2,41	Paesi Bassi, Spagna, Polonia (posizionamento Italia: 6)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	10,60%	10.938	372	2.674	2,97	Cina, Regno Unito, Austria (posizionamento Italia: 4)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	5,14%	70.187	4.771	73.416	1,30	Paesi Bassi, Spagna, Belgio (posizionamento Italia: 5)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	24,50%	27.007	1.131	3.577	1,73	Paesi Bassi, Regno Unito, Portogallo (posizionamento Italia: 2)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	6,13%	23.816	1.052	6.722	1,25	Giappone, Portogallo, Germania (posizionamento Italia: 6)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	15,39%	5.475	220	2.102	1,22	Cina, Belgio, Spagna (posizionamento Italia: 2)



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/gioco, piscine e vasche	7,86%	27.962	1.520	13.925	1,61	Spagna, Paesi Bassi, Belgio (posizionamento Italia: 5)	
Tute donna altre materie (no maglia)	7,09%	2.387	163	801	2,77	Spagna, Tunisia, Giappone (posizionamento Italia: 4)	
Tute donna cotone (no maglia)	4,45%	4.063	78	1.114	2,32	Germania, Paesi Bassi, Tunisia (posizionamento Italia: 7)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	6,26%	10.141	203	2.666	1,19	Germania, Spagna, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 4)	
Tute sportive a maglia altre materie	33,83%	4.809	422	1.582	1,19	Belgio, Germania, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 1)	
Tute sportive a maglia cotone	4,86%	1.973	243	1.439	1,38	Spagna, Belgio, Regno Unito (posizionamento Italia: 6)	
Tute sportive a maglia sintetiche	3,82%	1.572	197	1.877	1,44	Spagna, Germania, Regno Unito (posizionamento Italia: 7)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	4,84%	1.307	516	2.237	3,25	Regno Unito, Cina, Tunisia (posizionamento Italia: 3)	
Tute uomo cotone (no maglia)	5,99%	8.749	917	7.357	4,00	Belgio, Cina, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 4)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	5,07%	8.478	63	827	1,12	Portogallo, Germania, Marocco (posizionamento Italia: 8)	

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	2,939%	323	1	160	1,61	Giappone, Belgio, Regno Unito (posizionamento Italia: 9)	
Bastoni da golf completi	0,522%	388	23	2.302	1,59	Spagna, Paesi Bassi, Belgio (posizionamento Italia: 8)	
Palle da golf	0,663%	81	4	766	1,40	Stati Uniti, India, Germania (posizionamento Italia: 10)	

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Concentrati di proteine	4,49%	5.270	142	2.226	0,92	Spagna, Belgio, Germania (posizionamento Italia: 8)	
Medicamenti con vitamine, dosati	13,51%	10.195	184	2.121	4,95	Paesi Bassi, Belgio, Nuova Zelanda (posizionamento Italia: 3)	
Miscele di provitamine o vitamine	1,83%	365	17	135	0,40	Polonia, Regno Unito, India (posizionamento Italia: 12)	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	9,15%	15.497	165	2.201	0,40	Slovacchia, Spagna, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 4)	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	2,57%	2.145	151	2.085	5,46	Regno Unito, Spagna, Belgio (posizionamento Italia: 7)	

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Barche a vela <= 7,5 m	5,74%	257	55	315	1,35	Polonia, Regno Unito, Portogallo (posizionamento Italia: 3)	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	3,46%	771	121	1.353	1,45	Danimarca, Germania, Sri Lanka (posizionamento Italia: 5)	



Sport acquatici

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	14,23%	30.881	3.502	25.836	1,30	Cina, Spagna, Regno Unito (posizionamento Italia: 2)
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	13,29%	690	84	349	1,73	Tunisia, Spagna, Cina (posizionamento Italia: 3)
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	10,43%	132	3	21	0,84	Cina, Portogallo, Regno Unito (posizionamento Italia: 5)
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	6,08%	9.819	233	2.440	1,21	Spagna, Belgio, Germania (posizionamento Italia: 6)
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	4,81%	2.421	116	759	1,33	Spagna, Germania, Regno Unito (posizionamento Italia: 8)
Costumi donna (no maglia)	12,19%	4.287	496	2.551	1,91	Spagna, Tunisia, Svizzera (posizionamento Italia: 2)
Costumi uomo (no maglia)	22,91%	11.912	756	3.292	4,59	Portogallo, Paesi Bassi, Cina (posizionamento Italia: 1)
Tavole a vela	3,11%	594	85	929	1,23	Paesi Bassi, Austria, Croazia (posizionamento Italia: 8)

Sport con la palla

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Palle sportive gonfiabili	6,36%	4.373	237	2.937	1,22	Spagna, Belgio, Pakistan (posizionamento Italia: 6)
Palle sportive, escl. gonfiabili	10,82%	2.394	71	996	1,27	Belgio, Spagna, Danimarca (posizionamento Italia: 3)

Sport con la racchetta

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attrezzatura per tennis tavolo	12,45%	1.960	43	516	0,66	Spagna, Germania, Belgio (posizionamento Italia: 5)
Palle da tennis	0,19%	46	5	277	0,81	Regno Unito, Austria, Spagna (posizionamento Italia: 11)
Racchette badminton/simili, escl. tennis	1,43%	467	24	932	0,36	Germania, Austria, Taiwan (posizionamento Italia: 7)
Racchette da tennis, anche senza corde	0,41%	24	2	83	2,82	Paesi Bassi, Austria, Giappone (posizionamento Italia: 9)

Sport invernali

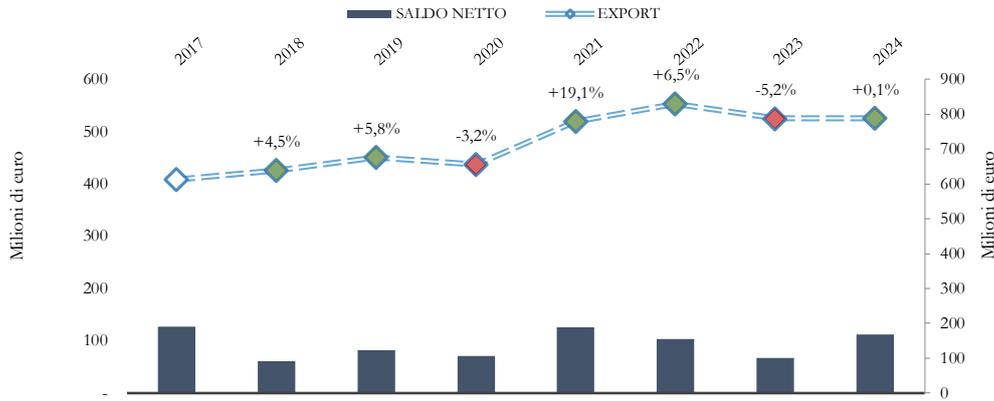
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attacchi per sci	15,53%	3.634	259	1.293	1,65	Germania, Austria, Spagna (posizionamento Italia: 3)
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	20,15%	4.186	239	1.371	0,90	Cina, Austria, Polonia (posizionamento Italia: 2)
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	62,47%	72.202	8.593	14.059	0,93	Austria, Spagna, Slovenia (posizionamento Italia: 1)
Calzature sci/surf neve, cuoio	16,81%	338	21	77	2,12	Paesi Bassi, Regno Unito, Spagna (posizionamento Italia: 3)
Sci da neve	4,77%	6.891	1.367	8.855	1,62	Slovenia, Spagna, Austria (posizionamento Italia: 5)
Tute da sci a maglia	24,60%	385	8	50	3,10	Cina, Paesi Bassi, Spagna (posizionamento Italia: 2)
Tute da sci non a maglia	24,52%	701	31	209	2,68	Cina, Belgio, Regno Unito (posizionamento Italia: 1)



Altro						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Bastoni, fruste e simili	2,27%	153	8	182	0,99	Paesi Bassi, Taiwan, Spagna (posizionamento Italia: 8)
Bigliardi e accessori	4,14%	452	11	120	3,25	Spagna, Paesi Bassi, Slovacchia (posizionamento Italia: 7)
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	3,51%	15.073	411	5.076	1,42	Cechia, Paesi Bassi, Regno Unito (posizionamento Italia: 7)
Palloni, alianti e deltaplani	0,81%	76	29	403	13,78	Germania, Turchia, Spagna (posizionamento Italia: 13)
Paracadute e loro parti	0,54%	193	10	206	1,27	Cechia, Nuova Zelanda, Romania (posizionamento Italia: 17)
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	8,59%	2.243	62	497	2,75	Spagna, Paesi Bassi, Belgio (posizionamento Italia: 4)

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'²¹ – Germania

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



526

Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)

11,2%

Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024

47

Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)

366

Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

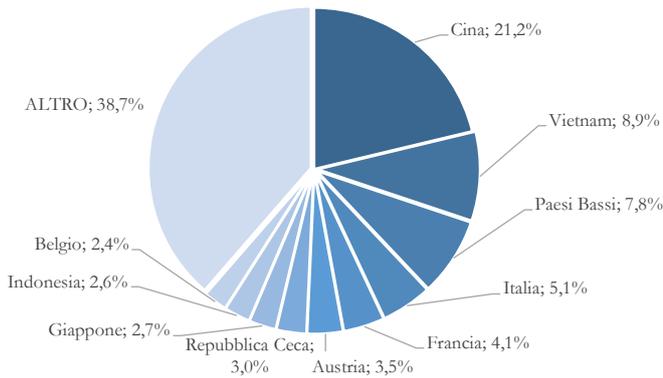


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

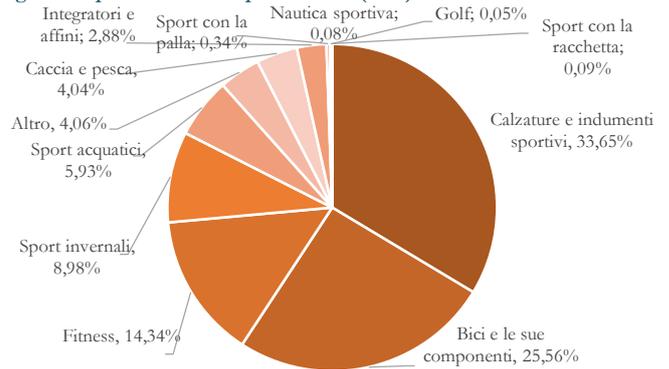
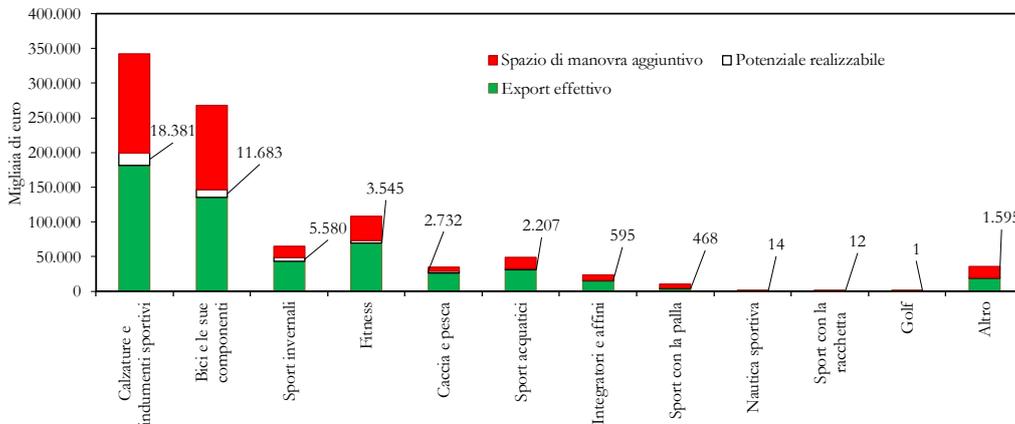


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



²¹ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	3,70%	52.565	688	6.891	0,80	Polonia, Spagna, Francia (posizionamento Italia: 11)
Cerchioni e raggi per velocipedi	9,19%	7.327	642	4.551	0,88	Cina, Polonia, Svizzera (posizionamento Italia: 3)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	0,58%	2.040	549	15.636	0,26	Paesi Bassi, Indonesia, Giappone (posizionamento Italia: 9)
Mozzi e pignoni per velocipedi	0,85%	1.487	468	8.386	6,81	Paesi Bassi, Polonia, Romania (posizionamento Italia: 11)
Parti e accessori vari per velocipedi	4,08%	38.414	1.288	11.260	0,90	Ungheria, Polonia, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 7)
Pedali e pedaliera per velocipedi	3,02%	6.506	1.166	12.664	1,43	Cina, Giappone, Francia (posizionamento Italia: 5)
Selle per velocipedi	36,45%	16.345	2.979	4.104	1,60	Taiwan, Cina, Austria (posizionamento Italia: 1)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	1,25%	10.431	3.903	57.248	0,60	Slovenia, Portogallo, Regno Unito (posizionamento Italia: 5)

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Ami, anche con braccioli	2,14%	85	3	85	1,23	Spagna, Polonia, Giappone (posizionamento Italia: 10)
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	1,79%	768	17	361	0,64	Cechia, Austria, Giappone (posizionamento Italia: 10)
Canne da pesca	1,86%	421	8	269	0,79	Stati Uniti, Giappone, Belgio (posizionamento Italia: 10)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	27,84%	9.850	1.536	2.268	0,72	Spagna, Brasile, Francia (posizionamento Italia: 2)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	62,04%	11.561	927	691	2,92	Belgio, Regno Unito, Turchia (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	14,48%	3.054	209	960	1,22	Spagna, Stati Uniti, Austria (posizionamento Italia: 3)
Mulinelli pesca	0,83%	210	11	952	0,26	Stati Uniti, Corea del Sud, Cechia (posizionamento Italia: 12)
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	1,71%	45	13	26	1,02	Slovenia, Regno Unito, Spagna (posizionamento Italia: 10)
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	5,81%	261	8	99	1,26	Francia, Polonia, Spagna (posizionamento Italia: 9)

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	6,61%	4.282	382	6.425	1,05	Cambogia, Paesi Bassi, Polonia (posizionamento Italia: 3)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	6,91%	25.849	830	5.964	2,18	Paesi Bassi, Cambogia, Cina (posizionamento Italia: 7)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	2,93%	52.809	3.347	51.502	0,91	Francia, Paesi Bassi, Polonia (posizionamento Italia: 7)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	25,73%	42.618	3.080	9.740	2,73	Portogallo, Vietnam, Birmania (posizionamento Italia: 1)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	10,91%	51.238	10.576	67.547	2,02	Francia, Cina, Giappone (posizionamento Italia: 2)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	19,38%	4.331	166	1.584	1,48	Francia, Cina, Indonesia (posizionamento Italia: 2)



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/gioco, piscine e vasche	4,00%	23.522	1.544	14.147	1,61	Paesi Bassi, Taiwan, Regno Unito (posizionamento Italia: 5)	
Tute donna altre materie (no maglia)	5,56%	1.414	88	432	11,33	Svizzera, Spagna, Francia (posizionamento Italia: 6)	
Tute donna cotone (no maglia)	4,63%	4.470	96	1.367	1,03	Paesi Bassi, Spagna, Polonia (posizionamento Italia: 7)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	1,26%	9.770	339	4.462	0,88	Indonesia, Francia, Macedonia del Nord (posizionamento Italia: 18)	
Tute sportive a maglia altre materie	4,30%	161	37	140	0,62	Spagna, Cina, Austria (posizionamento Italia: 6)	
Tute sportive a maglia cotone	4,91%	2.526	207	1.222	1,22	Francia, Cina, Regno Unito (posizionamento Italia: 7)	
Tute sportive a maglia sintetiche	4,94%	3.593	116	1.104	0,87	Paesi Bassi, India, Francia (posizionamento Italia: 9)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	1,72%	417	44	190	0,98	Cechia, Serbia, Polonia (posizionamento Italia: 16)	
Tute uomo cotone (no maglia)	16,83%	13.083	518	4.156	1,15	Paesi Bassi, Cina, Francia (posizionamento Italia: 1)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	6,91%	11.047	557	7.313	1,83	Slovenia, Polonia, Cina (posizionamento Italia: 3),	

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	0,152%	38	0	65	85,18	Spagna, Messico, Emirati Arabi Uniti (posizionamento Italia: 25)	
Bastoni da golf completi	0,004%	1	0	2	1,01	Nuova Zelanda, Corea del Sud, Indonesia (posizionamento Italia: 28)	
Palle da golf	0,086%	19	0	53	12,94	Emirati Arabi Uniti, Corea del Sud, Polonia (posizionamento Italia: 18),	

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Concentrati di proteine	2,44%	3.768	162	2.547	1,48	Francia, Cechia, Regno Unito (posizionamento Italia: 13)	
Medicamenti con vitamine, dosati	2,49%	4.320	171	1.963	1,07	Portogallo, Grecia, Spagna (posizionamento Italia: 14)	
Miscele di provitamine o vitamine	0,92%	186	34	265	1,01	Regno Unito, Spagna, Slovacchia (posizionamento Italia: 15)	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	1,22%	4.020	109	1.456	0,35	Regno Unito, Nuova Zelanda, Svizzera (posizionamento Italia: 15)	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	1,71%	2.790	119	1.636	2,41	Spagna, Polonia, Israele (posizionamento Italia: 12),	

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Barche a vela <= 7,5 m	1,44%	69	6	32	0,83	Francia, Slovenia, Polonia (posizionamento Italia: 13)	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	1,37%	400	9	97	0,77	Spagna, Slovacchia, Giappone (posizionamento Italia: 12),	



Sport acquatici

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	3,79%	6.672	373	2.752	0,79	Austria, Francia, Regno Unito (posizionamento Italia: 6)
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	9,15%	747	52	215	8,65	Polonia, Spagna, Regno Unito (posizionamento Italia: 4)
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	1,54%	19	3	23	0,89	Francia, Paesi Bassi, Polonia (posizionamento Italia: 12)
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	3,07%	11.017	697	7.312	0,75	Francia, Paesi Bassi, Polonia (posizionamento Italia: 9)
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	9,49%	1.729	333	2.182	1,64	Cina, Francia, Spagna (posizionamento Italia: 2)
Costumi donna (no maglia)	7,71%	1.865	86	443	2,91	Francia, Polonia, Cina (posizionamento Italia: 4)
Costumi uomo (no maglia)	9,88%	8.742	657	2.861	2,54	Turchia, Indonesia, Polonia (posizionamento Italia: 4)
Tavole a vela	3,56%	313	7	73	3,06	Cechia, Croazia, Francia (posizionamento Italia: 10)

Sport con la palla

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Palle sportive gonfiabili	3,60%	3.856	462	5.728	1,16	Indonesia, Francia, Cina (posizionamento Italia: 5)
Palle sportive, escl. gonfiabili	0,91%	120	7	92	0,51	Giappone, Austria, Cechia (posizionamento Italia: 15)

Sport con la racchetta

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attrezzatura per tennis tavolo	0,42%	113	10	119	0,21	Austria, India, Corea del Sud (posizionamento Italia: 19)
Palle da tennis	0,02%	8	0	4	1,45	Slovacchia, Giappone, Belgio (posizionamento Italia: 22)
Racchette badminton/simili, escl. tennis	0,10%	16	0	14	0,31	Belgio, Regno Unito, Lituania (posizionamento Italia: 20)
Racchette da tennis, anche senza corde	0,07%	28	1	50	0,65	Corea del Sud, Cechia, Emirati Arabi Uniti (posizionamento Italia: 21)

Sport invernali

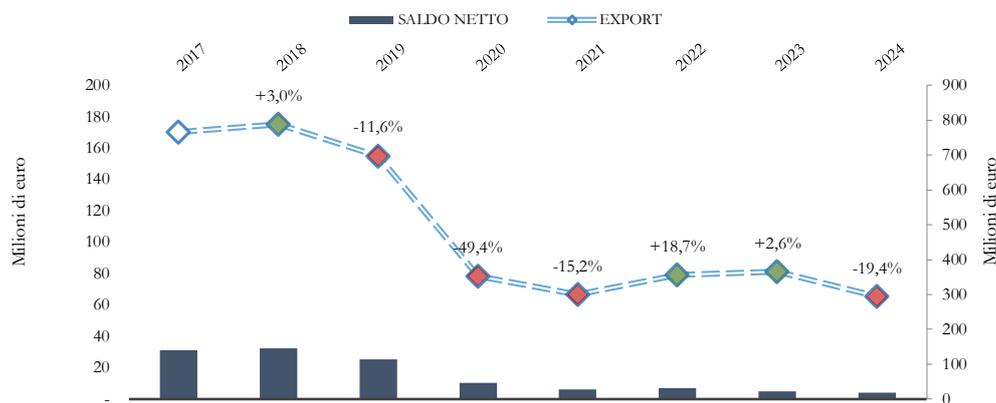
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attacchi per sci	5,24%	4.521	558	2.789	1,55	Francia, Austria, Cina (posizionamento Italia: 4)
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	3,48%	832	333	1.915	1,31	Austria, Paesi Bassi, Cina (posizionamento Italia: 7)
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	29,78%	31.053	3.847	6.294	0,75	Austria, Francia, Vietnam (posizionamento Italia: 1)
Calzature sci/surf neve, cuoio	1,96%	78	6	22	0,30	Danimarca, Estonia, Regno Unito (posizionamento Italia: 9)
Sci da neve	5,50%	5.266	769	4.983	1,48	Francia, Slovenia, Austria (posizionamento Italia: 6)
Tute da sci a maglia	7,18%	208	10	66	2,10	Polonia, Cina, Spagna (posizionamento Italia: 4)
Tute da sci non a maglia	2,56%	1.103	55	371	0,53	Spagna, Svizzera, Danimarca (posizionamento Italia: 9)



Altro							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Bastoni, fruste e simili	0,23%	47	3	57	0,74	Regno Unito, Canada, Spagna (posizionamento Italia: 13)	
Bigliardi e accessori	1,98%	288	9	96	0,62	Francia, Polonia, Regno Unito (posizionamento Italia: 8)	
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	3,29%	14.476	685	8.465	1,40	Polonia, Francia, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 7)	
Palloni, alianti e deltaplani	5,05%	303	14	192	2,49	Francia, Svizzera, Lituania (posizionamento Italia: 5)	
Paracadute e loro parti	2,97%	653	14	308	0,51	Cina, Spagna, Regno Unito (posizionamento Italia: 9)	
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	6,94%	2.759	871	6.942	1,70	Francia, Cina, Spagna (posizionamento Italia: 2)	

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'²² – Giappone

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



65

Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)

1,4%

Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024

17

Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)

142

Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

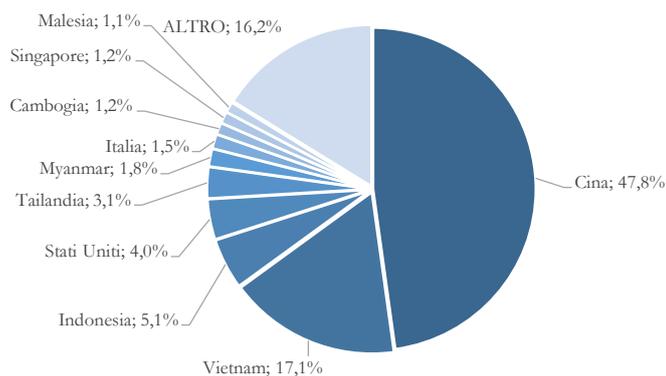


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

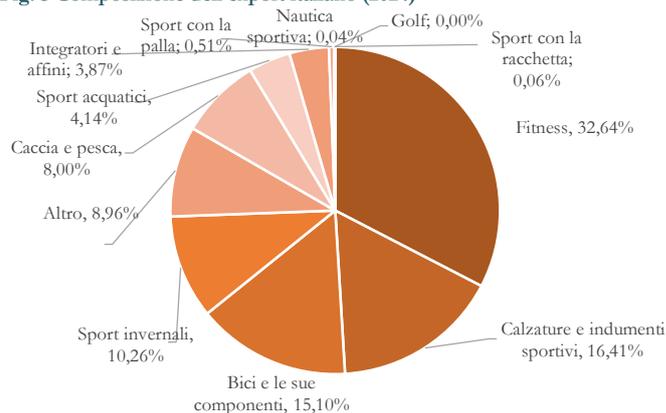
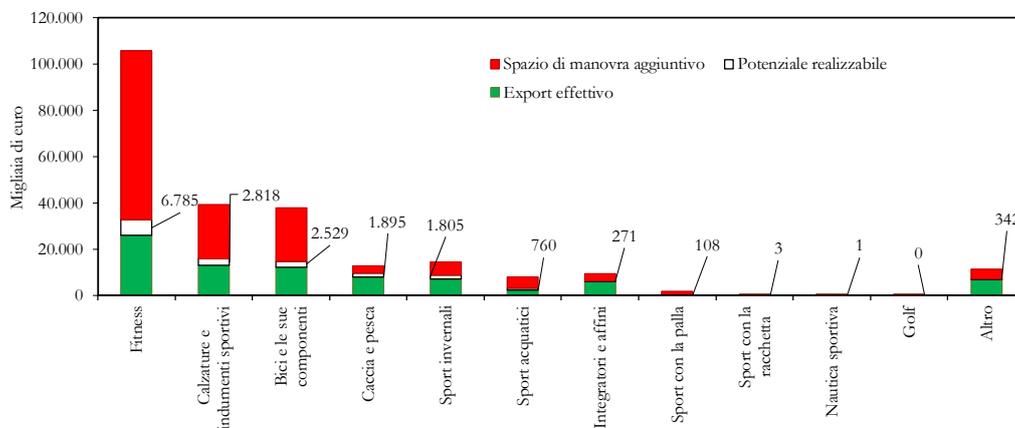


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



²² Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	0,44%	2.539	66	657	1,15	Stati Uniti, Regno Unito, Francia (posizionamento Italia: 9)
Cerchioni e raggi per velocipedi	0,20%	8	6	40	0,32	Francia, Germania, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 14)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	2,56%	515	45	1.276	84,75	Regno Unito, Stati Uniti, Cina (posizionamento Italia: 4)
Mozzi e pignoni per velocipedi	0,29%	35	50	891	1,12	Regno Unito, Singapore, Malaysia (posizionamento Italia: 10)
Parti e accessori vari per velocipedi	5,39%	4.789	1.444	12.620	46,14	Francia, Cina, Singapore (posizionamento Italia: 3)
Pedali e pedaliera per velocipedi	4,42%	337	57	617	31,43	Francia, Spagna, Cina (posizionamento Italia: 5)
Selle per velocipedi	20,85%	1.217	411	567	2,01	Regno Unito, Cina, Taiwan (posizionamento Italia: 2)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	7,34%	2.649	452	6.630	33,49	Cina, Regno Unito, Stati Uniti (posizionamento Italia: 3)

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Ami, anche con braccioli	0,00%	3	0	12	24,76	Regno Unito, Paesi Bassi, Singapore (posizionamento Italia: 22)
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	0,06%	24	1	12	20,49	Francia, Regno Unito, Australia (posizionamento Italia: 16)
Canne da pesca	0,01%	29	0	7	0,78	Regno Unito, Canada, Nuova Zelanda (posizionamento Italia: 18)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	43,35%	5.302	1.710	2.525	0,95	Spagna, Stati Uniti, Regno Unito (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	78,49%	2.169	128	95	3,22	Stati Uniti, Portogallo, Regno Unito (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	5,71%	95	24	110	1,01	Stati Uniti, Portogallo, Belgio (posizionamento Italia: 6)
Mulinelli pesca	0,01%	11	1	45	0,75	Regno Unito, Svizzera, Indonesia (posizionamento Italia: 14)
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	43,03%	211	32	65	0,98	Spagna, Cechia, Germania (posizionamento Italia: 1)
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	-	-	-	-	-	-

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	0,67%	111	103	1.732	0,92	Stati Uniti, Francia, Vietnam (posizionamento Italia: 10)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	0,15%	3.109	755	5.422	0,79	India, Spagna, Australia (posizionamento Italia: 10)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	0,39%	1.781	757	11.648	5,74	Regno Unito, Francia, Hong Kong (posizionamento Italia: 7)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	5,31%	5.092	963	3.046	8,38	Francia, Cina, Spagna (posizionamento Italia: 7)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	3,06%	2.593	197	1.256	0,98	Francia, Germania, Stati Uniti (posizionamento Italia: 5)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	0,28%	187	43	415	1,88	Stati Uniti, Regno Unito, Birmania (posizionamento Italia: 13)



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/gioco, piscine e vasche	4,03%	12.008	684	6.270	0,72	Stati Uniti, Regno Unito, Taiwan (posizionamento Italia: 4)	
Tute donna altre materie (no maglia)	10,73%	6.543	785	3.858	6,25	Francia, Corea del Sud, Lituania (posizionamento Italia: 4)	
Tute donna cotone (no maglia)	0,66%	805	82	1.173	7,48	Francia, Spagna, Pakistan (posizionamento Italia: 10)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	0,33%	1.325	2.474	32.558	16,55	Francia, Spagna, Cina (posizionamento Italia: 9)	
Tute sportive a maglia altre materie	3,92%	14	12	43	0,20	Spagna, Francia, Regno Unito (posizionamento Italia: 3)	
Tute sportive a maglia cotone	8,92%	457	45	266	39,18	Regno Unito, Vietnam, Cina (posizionamento Italia: 4)	
Tute sportive a maglia sintetiche	0,64%	208	212	2.025	13,67	Francia, Singapore, Regno Unito (posizionamento Italia: 8)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	13,58%	2.737	321	1.394	16,38	Francia, Regno Unito, Cina (posizionamento Italia: 2)	
Tute uomo cotone (no maglia)	1,44%	746	580	4.655	26,75	Francia, Stati Uniti, Cina (posizionamento Italia: 7)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	0,32%	1.063	1.591	20.874	14,47	Francia, Indonesia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 7)	

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	0,000%	1	0	7	1,55	Spagna, Repubblica centrafricana, Portogallo (posizionamento Italia: 27)	
Bastoni da golf completi	0,003%	8	0	7	8,58	Francia, Regno Unito, Brasile (posizionamento Italia: 16)	
Palle da golf	-	-	-	-	-	-	

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Concentrati di proteine	0,08%	48	9	142	0,09	Germania, Regno Unito, Svizzera (posizionamento Italia: 18)	
Medicamenti con vitamine, dosati	4,78%	3.965	198	2.283	1073,44	Stati Uniti, Spagna, Cina (posizionamento Italia: 5)	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	1,25%	1.843	63	843	0,25	Regno Unito, Paesi Bassi, Francia (posizionamento Italia: 14)	
Miscele di provitamine o vitamine	-	-	-	-	-	-	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	-	-	-	-	-	-	

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	1,22%	8	1	12	0,74	Francia, Stati Uniti, Slovenia (posizionamento Italia: 13)	
Barche a vela <= 7,5 m	-	-	-	-	-	-	



Sport acquatici

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	1,36%	789	108	798	1,40	Francia, Regno Unito, Vietnam (posizionamento Italia: 9)
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	29,41%	31	2	8	6,76	Spagna, Francia, Cina (posizionamento Italia: 1)
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	6,17%	1	0	1	7,48	Francia, Cina, Stati Uniti (posizionamento Italia: 4)
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	0,40%	196	9	93	1,32	Francia, Spagna, Regno Unito (posizionamento Italia: 9)
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	1,25%	181	408	2.674	19,06	Regno Unito, Spagna, Cina (posizionamento Italia: 5)
Costumi donna (no maglia)	9,71%	339	66	341	14,63	Francia, Stati Uniti, Cina (posizionamento Italia: 3)
Costumi uomo (no maglia)	4,99%	820	166	724	9,48	Francia, Indonesia, Portogallo (posizionamento Italia: 8)
Tavole a vela	0,58%	20	1	6	1,10	Svizzera, Germania, Romania (posizionamento Italia: 14)

Sport con la palla

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Palle sportive gonfiabili	0,33%	237	105	1.305	7,19	Stati Uniti, Germania, Cambogia (posizionamento Italia: 8)
Palle sportive, escl. gonfiabili	0,11%	26	3	35	0,71	Francia, India, Danimarca (posizionamento Italia: 18)

Sport con la racchetta

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Racchette badminton/simili, escl. tennis	0,22%	28	3	131	2,40	Francia, Stati Uniti, Hong Kong (posizionamento Italia: 6)
Racchette da tennis, anche senza corde	0,39%	27	0	3	4,44	Regno Unito, Germania, Canada (posizionamento Italia: 10)
Attrezzatura per tennis tavolo	-	-	-	-	-	-
Palle da tennis	-	-	-	-	-	-

Sport invernali

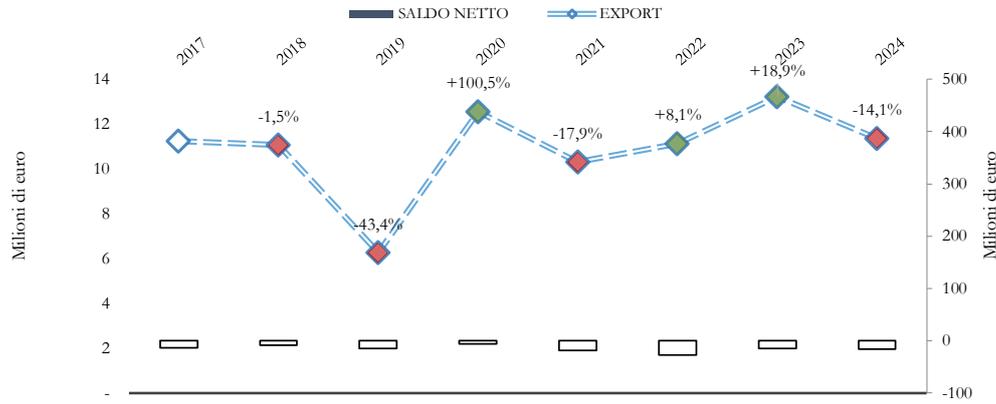
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attacchi per sci	2,16%	355	118	589	1,66	Francia, Stati Uniti, Germania (posizionamento Italia: 8)
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	5,30%	410	169	972	2,09	Cina, Francia, Austria (posizionamento Italia: 4)
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	10,76%	4.676	1.161	1.900	1,11	Francia, Vietnam, Romania (posizionamento Italia: 4)
Calzature sci/surf neve, cuoio	11,26%	166	38	136	0,98	Regno Unito, Cina, Stati Uniti (posizionamento Italia: 3)
Sci da neve	3,61%	1.236	75	484	3,65	Francia, Stati Uniti, Germania (posizionamento Italia: 10)
Tute da sci a maglia	2,71%	3	1	6	0,62	Francia, Svezia, Corea del Sud (posizionamento Italia: 7)
Tute da sci non a maglia	1,27%	108	243	1.634	18,64	Francia, Cina, Regno Unito (posizionamento Italia: 4)



Altro							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Bastoni, fruste e simili	0,16%	17	0	6	0,87	Francia, Spagna, Regno Unito (posizionamento Italia: 11)	
Bigliardi e accessori	1,32%	60	2	27	2,75	Regno Unito, Corea del Sud, Spagna (posizionamento Italia: 11)	
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	2,23%	6.084	307	3.793	1,37	Francia, Vietnam, Stati Uniti (posizionamento Italia: 5)	
Palloni, alianti e deltaplani	2,29%	36	4	55	1,99	Regno Unito, Stati Uniti, Brasile (posizionamento Italia: 11)	
Paracadute e loro parti	1,10%	95	2	44	0,29	Corea del Sud, Francia, Germania (posizionamento Italia: 12)	
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	8,93%	504	26	211	0,26	Regno Unito, Stati Uniti, Canada (posizionamento Italia: 3)	

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'²³ – India

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



11	Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)	0,2%	Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024
4	Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)	36	Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

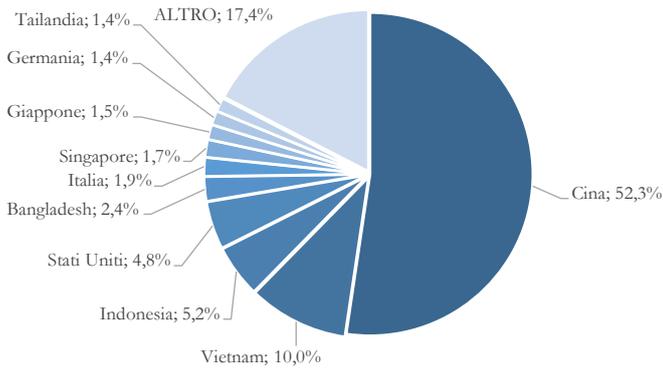


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

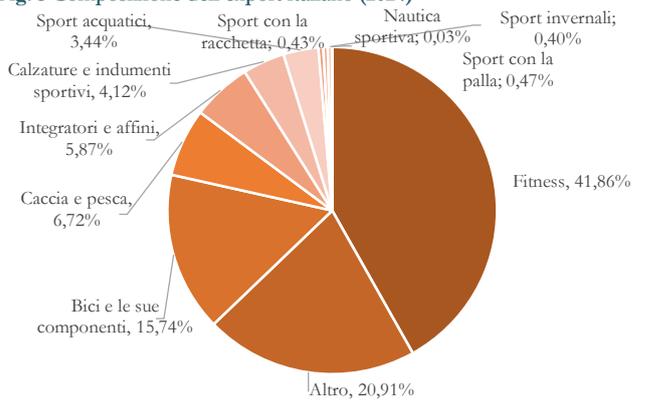
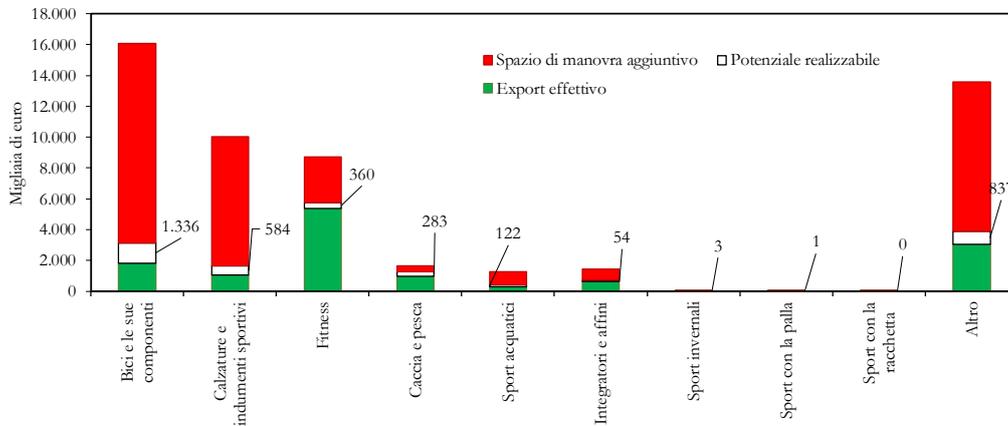


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



²³ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	0,44%	89	59	596	1,05	Francia, Indonesia, Germania (posizionamento Italia: 10)
Cerchioni e raggi per velocipedi	4,08%	490	194	1.372	-	Singapore, Cina, Giappone (posizionamento Italia: 3)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	0,38%	42	1	25	0,79	Giappone, Sri Lanka, Germania (posizionamento Italia: 13)
Mozzi e pignoni per velocipedi	0,23%	9	0	2	21,70	Germania, Portogallo, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 8)
Parti e accessori vari per velocipedi	1,42%	906	789	6.896	3,09	Sri Lanka, Singapore, Giappone (posizionamento Italia: 6)
Pedali e pedaliera per velocipedi	2,45%	39	4	40	5,26	Germania, Singapore, Francia (posizionamento Italia: 5)
Selle per velocipedi	11,80%	66	16	22	1,69	Germania, Vietnam, Taiwan (posizionamento Italia: 4)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	0,96%	162	273	4.006	19,01	Giappone, Cina, Thailandia (posizionamento Italia: 6)

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	1,17%	5	1	27	0,66	Hong Kong, Corea del Sud, Vietnam (posizionamento Italia: 15)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	5,32%	471	172	254	0,68	Cipro, Slovenia, Serbia (posizionamento Italia: 6)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	45,23%	481	107	80	1,71	Cipro, Germania, Turchia (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	1,34%	18	3	13	0,80	Cipro, Slovenia, Svizzera (posizionamento Italia: 7)
Ami, anche con braccioli	-	-	-	-	-	-
Canne da pesca	-	-	-	-	-	-
Mulinelli pesca	-	-	-	-	-	-
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	-	-	-	-	-	-
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	-	-	-	-	-	-

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	0,05%	10	134	2.251	5,99	Paesi Bassi, Belgio, Thailandia (posizionamento Italia: 8)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	5,00%	124	24	174	0,90	Germania, Bangladesh, Vietnam (posizionamento Italia: 6)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	0,27%	577	368	5.658	0,84	Germania, Nepal, Spagna (posizionamento Italia: 11)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	1,93%	144	34	107	1,04	Slovenia, Thailandia, Singapore (posizionamento Italia: 9)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	1,40%	130	9	57	1,27	Francia, Croazia, Germania (posizionamento Italia: 8)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	3,16%	88	15	142	11,58	Sri Lanka, Vietnam, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 6)



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/gioco, piscine e vasche	2,96%	4.891	245	2.245	1,39	Germania, Stati Uniti, Francia (posizionamento Italia: 4)	
Tute donna altre materie (no maglia)	2,88%	153	71	348	0,42	Spagna, Francia, Bangladesh (posizionamento Italia: 5)	
Tute donna cotone (no maglia)	0,48%	17	1	19	0,01	Germania, Francia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 16)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	0,68%	86	5	70	0,36	Germania, Regno Unito, Malaysia (posizionamento Italia: 14)	
Tute sportive a maglia cotone	7,36%	49	7	43	0,96	Germania, Vietnam, Cambogia (posizionamento Italia: 4)	
Tute sportive a maglia sintetiche	0,66%	17	16	150	2,17	Francia, Hong Kong, Thailandia (posizionamento Italia: 8)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	6,39%	70	8	33	3,00	Francia, Vietnam, Svizzera (posizionamento Italia: 5)	
Tute uomo cotone (no maglia)	4,39%	25	5	41	2,43	Cina, Paesi Bassi, Germania (posizionamento Italia: 4)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	0,55%	76	2	31	1,21	Germania, Singapore, Regno Unito (posizionamento Italia: 14)	
Tute sportive a maglia altre materie	-	-	-	-	-	-	

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	-	-	-	-	-	-	
Bastoni da golf completi	-	-	-	-	-	-	
Palle da golf	-	-	-	-	-	-	

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Concentrati di proteine	0,29%	3	0	1	26,16	Singapore, Spagna, Belgio (posizionamento Italia: 23)	
Medicamenti con vitamine, dosati	2,83%	3	0	4	1,84	Corea del Sud, Germania, Stati Uniti (posizionamento Italia: 7)	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	0,31%	229	10	138	0,35	Regno Unito, Brasile, Corea del Sud (posizionamento Italia: 17)	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	1,18%	414	43	599	5,37	Cechia, Giappone, Regno Unito (posizionamento Italia: 11)	
Miscele di provitamine o vitamine	-	-	-	-	-	-	

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Barche a vela <= 7,5 m	-	-	-	-	-	-	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	-	-	-	-	-	-	



Sport acquatici							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	5,99%	216	107	786	1,35	Cina, Stati Uniti, Germania (posizionamento Italia: 2)	
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	0,59%	26	1	8	1,42	Regno Unito, Paesi Bassi, Emirati Arabi Uniti (posizionamento Italia: 13)	
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	0,13%	2	0	2	1,80	Regno Unito, Stati Uniti, Tunisia (posizionamento Italia: 11)	
Costumi donna (no maglia)	6,82%	19	3	16	3,19	Paesi Bassi, Stati Uniti, Emirati Arabi Uniti (posizionamento Italia: 4)	
Costumi uomo (no maglia)	2,43%	22	11	48	1,59	Emirati Arabi Uniti, Germania, Vietnam (posizionamento Italia: 7)	
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	-	-	-	-	-	-	
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	-	-	-	-	-	-	
Tavole a vela	-	-	-	-	-	-	

Sport con la palla							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Palle sportive gonfiabili	0,10%	3	1	7	2,30	Francia, Germania, Giappone (posizionamento Italia: 12)	
Palle sportive, escl. gonfiabili	-	-	-	-	-	-	

Sport con la racchetta							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzatura per tennis tavolo	0,81%	2	0	3	-	Corea del Sud, Spagna, Germania (posizionamento Italia: 8)	
Palle da tennis	-	-	-	-	-	-	
Racchette badminton/simili, escl. tennis	-	-	-	-	-	-	
Racchette da tennis, anche senza corde	-	-	-	-	-	-	

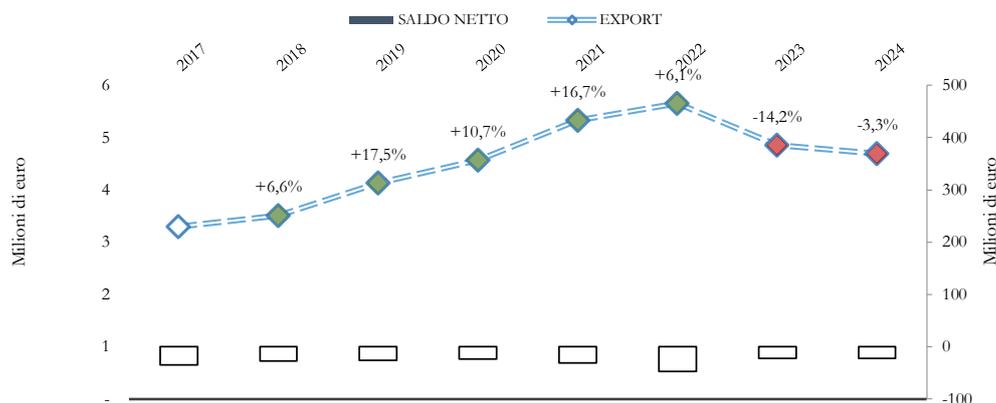
Sport invernali							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	3,11%	4	0	2	0,34	Austria, Francia, Corea del Sud (posizionamento Italia: 8)	
Calzature sci/surf neve, cuoio	11,72%	5	2	7	0,34	Francia, Emirati Arabi Uniti, Austria (posizionamento Italia: 3)	
Tute da sci a maglia	7,08%	2	0	1	9,73	Francia, Cina, Sri Lanka (posizionamento Italia: 4)	
Attacchi per sci	-	-	-	-	-	-	
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	-	-	-	-	-	-	
Sci da neve	-	-	-	-	-	-	
Tute da sci non a maglia	-	-	-	-	-	-	



Altro							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Bigliardi e accessori	4,28%	144	29	326	2,92	Stati Uniti, Regno Unito, Belgio (posizionamento Italia: 5)	
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	5,50%	2.763	660	8.154	0,79	Giappone, Cina, Belgio (posizionamento Italia: 3)	
Paracadute e loro parti	1,32%	100	3	74	0,73	Francia, Sud Africa, Regno Unito (posizionamento Italia: 9)	
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	0,36%	34	144	1.151	2,06	Svezia, Germania, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 5)	
Bastoni, fruste e simili	-	-	-	-	-	-	
Palloni, alianti e deltaplani	-	-	-	-	-	-	

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'²⁴ – Indonesia

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



5	Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)	0,1%	Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024
3	Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)	21	Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

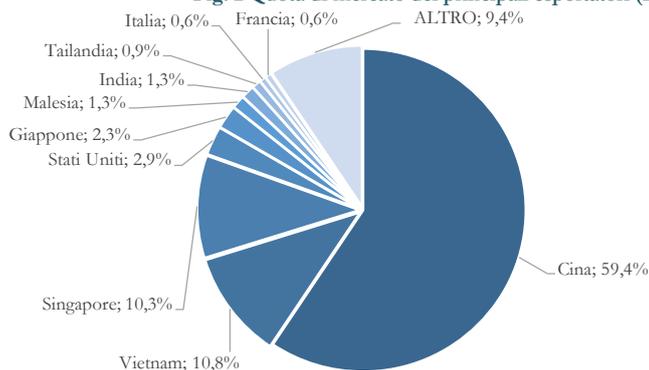


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

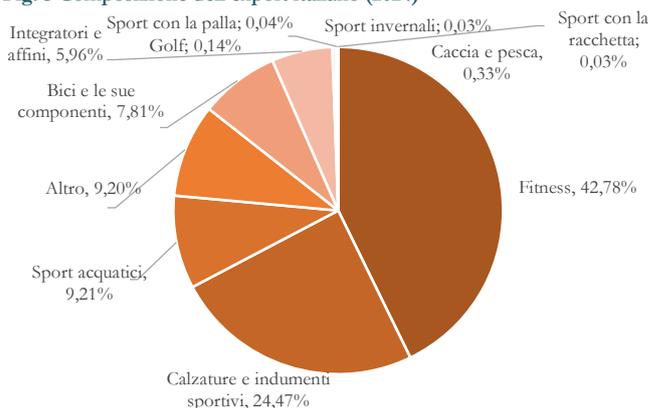
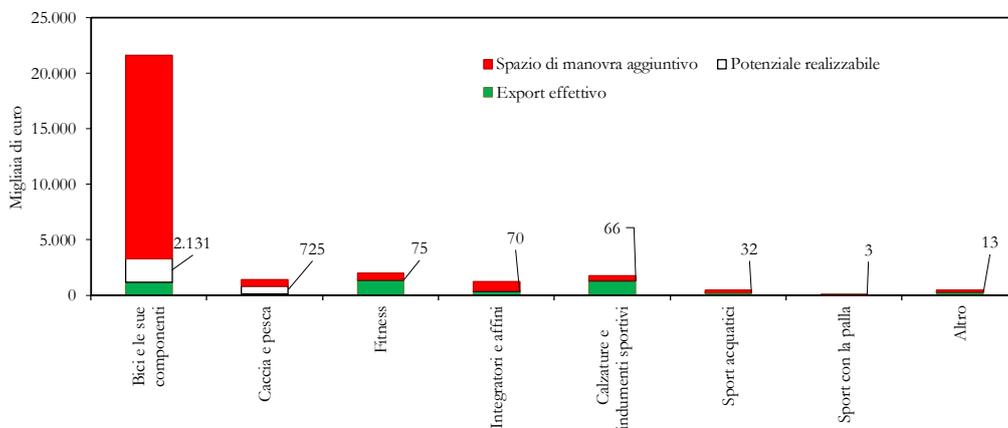


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



²⁴ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	0,34%	33	9	88	10,35	Regno Unito, Bulgaria, Taiwan (posizionamento Italia: 4)
Mozzi e pignoni per velocipedi	0,01%	2	0	6	0,96	Germania, Regno Unito, Francia (posizionamento Italia: 23)
Parti e accessori vari per velocipedi	0,30%	483	1.589	13.889	182,72	Cina, Giappone, Vietnam (posizionamento Italia: 8)
Pedali e pedaliera per velocipedi	0,04%	6	5	53	3,04	Portogallo, India, Francia (posizionamento Italia: 15)
Selle per velocipedi	2,08%	99	262	361	9,49	Taiwan, Regno Unito, Vietnam (posizionamento Italia: 4)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	1,54%	567	266	3.900	170,32	Vietnam, Cina, India (posizionamento Italia: 4)
Cerchioni e raggi per velocipedi	-	-	-	-	-	-
Freni e mozzi-freno per velocipedi	-	-	-	-	-	-

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	3,59%	129	725	540	0,42	Spagna, India, Turchia (posizionamento Italia: 3)
Ami, anche con braccioli	-	-	-	-	-	-
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	-	-	-	-	-	-
Canne da pesca	-	-	-	-	-	-
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	-	-	-	-	-	-
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	-	-	-	-	-	-
Mulinelli pesca	-	-	-	-	-	-
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	-	-	-	-	-	-
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	-	-	-	-	-	-

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	0,10%	57	1	11	2,86	Paesi Bassi, Germania, Vietnam (posizionamento Italia: 7)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	0,23%	70	21	148	1,80	Giappone, Bosnia-Erzegovina, Emirati Arabi Uniti (posizionamento Italia: 10)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	0,07%	77	2	26	0,84	Giappone, Germania, Regno Unito (posizionamento Italia: 11)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	0,42%	88	8	26	1,69	Cambogia, Portogallo, India (posizionamento Italia: 9)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	7,86%	991	34	218	1,64	Vietnam, Giappone, Stati Uniti (posizionamento Italia: 6)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	0,47%	12	0	4	1,79	Giappone, Francia, Regno Unito (posizionamento Italia: 17)



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/ gioco, piscine e vasche	1,64%	1.284	43	397	1,58	Stati Uniti, Taiwan, Giappone (posizionamento Italia: 4)	
Tute donna altre materie (no maglia)	0,33%	5	26	127	0,05	Vietnam, Spagna, Stati Uniti (posizionamento Italia: 12)	
Tute donna cotone (no maglia)	0,78%	10	1	16	2,07	Francia, Vietnam, Corea del Sud (posizionamento Italia: 14)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	0,55%	8	1	7	2,56	Germania, Francia, Giappone (posizionamento Italia: 13)	
Tute sportive a maglia cotone	3,96%	6	1	4	6,46	Germania, Cina, Francia (posizionamento Italia: 8)	
Tute sportive a maglia sintetiche	7,85%	6	1	8	19,27	Cina, Francia, Danimarca (posizionamento Italia: 3)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	1,78%	34	3	36	0,40	India, Stati Uniti, Tunisia (posizionamento Italia: 6)	
Tute sportive a maglia altre materie	-	-	-	-	-	-	-
Tute uomo altre materie (no maglia)	-	-	-	-	-	-	-
Tute uomo cotone (no maglia)	-	-	-	-	-	-	-

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	-	-	-	-	-	-	-
Bastoni da golf completi	-	-	-	-	-	-	-
Palle da golf	-	-	-	-	-	-	-

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Medicamenti con vitamine, dosati	1,04%	47	5	58	0,94	Cina, Austria, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 13)	
Miscele di provitamine o vitamine	0,34%	15	19	149	0,13	Germania, Svizzera, Stati Uniti (posizionamento Italia: 10)	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	0,04%	2	0	4	9,15	Svizzera, Spagna, Regno Unito (posizionamento Italia: 22)	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	1,22%	288	45	622	48,38	Paesi Bassi, Singapore, Corea del Sud (posizionamento Italia: 7)	
Concentrati di proteine	-	-	-	-	-	-	-

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Barche a vela <= 7,5 m	-	-	-	-	-	-	-
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	-	-	-	-	-	-	-



Sport acquatici							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	2,47%	223	31	228	0,51	Thailandia, Regno Unito, Taiwan (posizionamento Italia: 9)	
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	33,13%	1	0	0	13,47	Cina, Regno Unito, Tunisia (posizionamento Italia: 1)	
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	0,27%	3	1	9	1,56	Spagna, India, Regno Unito (posizionamento Italia: 15)	
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	-	-	-	-	-	-	
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	-	-	-	-	-	-	
Costumi donna (no maglia)	-	-	-	-	-	-	
Costumi uomo (no maglia)	-	-	-	-	-	-	
Tavole a vela	-	-	-	-	-	-	

Sport con la palla							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Palle sportive gonfiabili	0,09%	16	3	36	0,84	Germania, Hong Kong, Giappone (posizionamento Italia: 12)	
Palle sportive, escl. gonfiabili	-	-	-	-	-	-	

Sport con la racchetta							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzatura per tennis tavolo	-	-	-	-	-	-	
Palle da tennis	-	-	-	-	-	-	
Racchette badminton/simili, escl. tennis	-	-	-	-	-	-	
Racchette da tennis, anche senza corde	-	-	-	-	-	-	

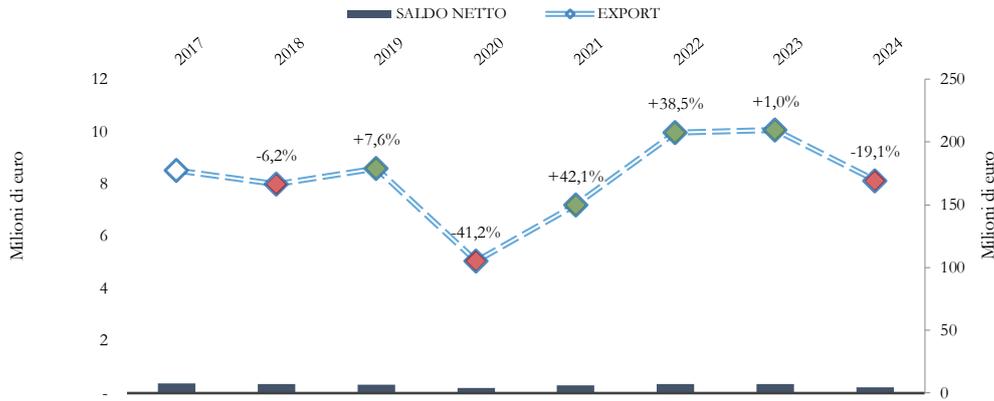
Sport invernali							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attacchi per sci	-	-	-	-	-	-	
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	-	-	-	-	-	-	
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	-	-	-	-	-	-	
Calzature sci/surf neve, cuoio	-	-	-	-	-	-	
Sci da neve	-	-	-	-	-	-	
Tute da sci a maglia	-	-	-	-	-	-	
Tute da sci non a maglia	-	-	-	-	-	-	



Altro						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Bigliardi e accessori	1,02%	67	2	19	3,86	Francia, Corea del Sud, Giappone (posizionamento Italia: 7)
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	0,87%	214	10	122	2,46	Francia, Corea del Sud, Taiwan (posizionamento Italia: 8)
Paracadute e loro parti	0,63%	1	0	1	0,98	Germania, Spagna, Russia (posizionamento Italia: 10)
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	0,24%	11	1	7	1,74	Francia, Germania, Colombia (posizionamento Italia: 10)
Bastoni, fruste e simili	-	-	-	-	-	-
Palloni, alianti e deltaplani	-	-	-	-	-	-

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'²⁵ – Marocco

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



8	Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)	0,2%	Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024
2	Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)	10	Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

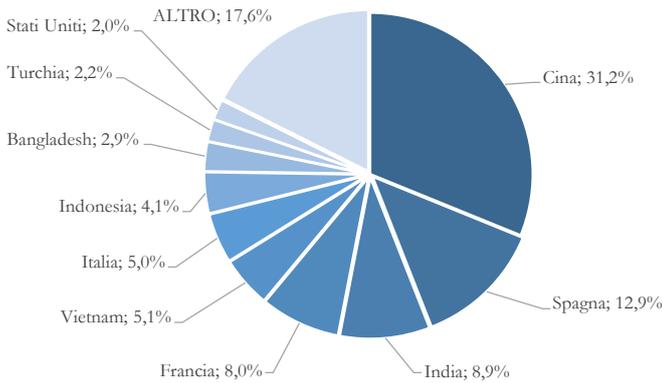


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

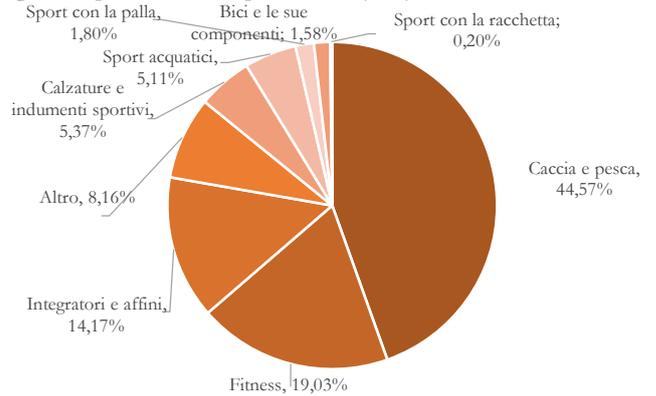
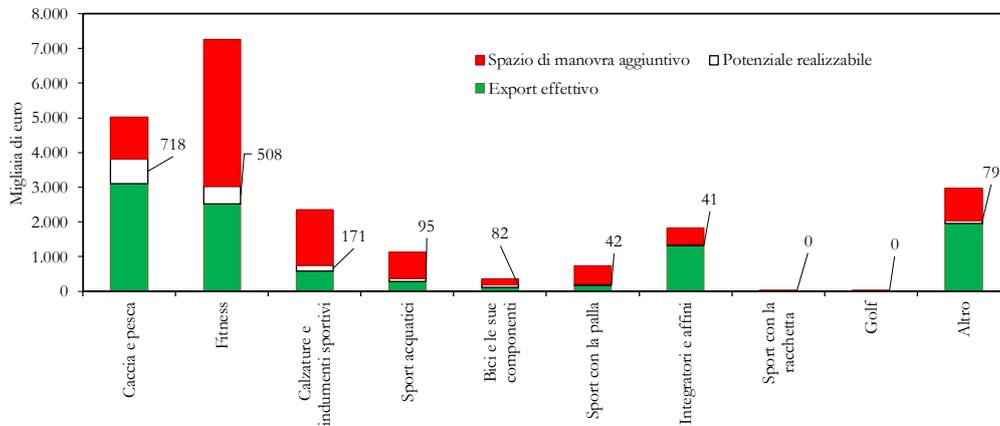


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



²⁵ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	3,70%	76	4	42	2,67	Francia, Paesi Bassi, Regno Unito (posizionamento Italia: 6)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	1,03%	9	0	1	0,89	Spagna, Regno Unito, Portogallo (posizionamento Italia: 6)
Parti e accessori vari per velocipedi	0,92%	14	1	11	0,96	Francia, Spagna, Regno Unito (posizionamento Italia: 6)
Pedali e pedaliera per velocipedi	1,04%	6	0	4	92,24	Spagna, Portogallo, India (posizionamento Italia: 5)
Selle per velocipedi	1,43%	7	76	104	3,69	Francia, Cina, Vietnam (posizionamento Italia: 3)
Cerchioni e raggi per velocipedi	-	-	-	-	-	-
Mozzi e pignoni per velocipedi	-	-	-	-	-	-
Telai, forcelle e parti per velocipedi	-	-	-	-	-	-

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	35,01%	1.687	508	750	0,60	Brasile, Spagna, India (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	62,98%	1.328	143	106	0,00	Kuwait, Turchia, Spagna (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	2,04%	21	62	285	4,36	Serbia, Francia, Brasile (posizionamento Italia: 3)
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	0,15%	64	5	68	1,78	Francia, Paesi Bassi, Thailandia (posizionamento Italia: 18)
Ami, anche con braccioli	-	-	-	-	-	-
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	-	-	-	-	-	-
Canne da pesca	-	-	-	-	-	-
Mulinelli pesca	-	-	-	-	-	-
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	-	-	-	-	-	-

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	0,83%	61	51	861	0,71	Spagna, Cina, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 7)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	0,60%	22	7	50	0,62	Spagna, Francia, Emirati Arabi Uniti (posizionamento Italia: 10)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	0,12%	5	0	5	9,46	Germania, Spagna, Francia (posizionamento Italia: 18)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	18,31%	191	11	36	3,09	Spagna, Francia, Cina (posizionamento Italia: 3)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	3,66%	303	101	643	2,78	Francia, Spagna, Regno Unito (posizionamento Italia: 5)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	1,31%	8	0	3	7,44	Francia, Thailandia, Spagna (posizionamento Italia: 7)



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/ gioco, piscine e vasche	10,45%	2.149	364	3.331	3,31	Cina, Spagna, Francia (posizionamento Italia: 2)	
Tute donna altre materie (no maglia)	1,48%	64	93	456	0,58	Francia, Regno Unito, Spagna (posizionamento Italia: 6)	
Tute donna cotone (no maglia)	0,58%	8	9	133	1,38	Francia, Portogallo, Tunisia (posizionamento Italia: 10)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	1,88%	30	3	39	0,39	Regno Unito, Egitto, Francia (posizionamento Italia: 10)	
Tute sportive a maglia cotone	8,08%	89	14	85	2,80	Cina, Spagna, Francia (posizionamento Italia: 4)	
Tute sportive a maglia sintetiche	1,60%	31	1	5	1,42	Francia, Thailandia, Spagna (posizionamento Italia: 10)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	0,37%	5	2	10	4,26	Portogallo, Tunisia, Francia (posizionamento Italia: 9)	
Tute uomo cotone (no maglia)	4,76%	124	21	172	0,99	Francia, Cina, Tunisia (posizionamento Italia: 4)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	0,24%	16	1	11	0,58	Regno Unito, India, Stati Uniti (posizionamento Italia: 15)	
Tute sportive a maglia altre materie	-	-	-	-	-	-	

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Bastoni da golf completi	0,492%	3	0	13	3,50	Germania, Taiwan, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 10)	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	-	-	-	-	-	-	
Palle da golf	-	-	-	-	-	-	

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Concentrati di proteine	1,31%	46	3	50	1,87	Cechia, Spagna, Francia (posizionamento Italia: 11)	
Medicamenti con vitamine, dosati	8,95%	1.165	31	361	0,72	Spagna, Francia, Belgio (posizionamento Italia: 5)	
Miscele di provitamine o vitamine	8,47%	109	6	50	0,34	Paesi Bassi, Spagna, Germania (posizionamento Italia: 6)	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	-	-	-	-	-	-	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	-	-	-	-	-	-	

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Barche a vela <= 7,5 m	-	-	-	-	-	-	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	-	-	-	-	-	-	



Sport acquatici							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	1,61%	47	27	202	0,23	Thailandia, Belgio, Spagna (posizionamento Italia: 10)	
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	5,53%	3	1	3	8,96	Francia, Bulgaria, Cina (posizionamento Italia: 5)	
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	1,05%	100	37	389	0,90	Spagna, Francia, India (posizionamento Italia: 10)	
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	1,24%	12	6	42	4,35	Spagna, Francia, Turchia (posizionamento Italia: 8)	
Costumi donna (no maglia)	7,86%	36	7	37	4,24	Francia, Cina, Turchia (posizionamento Italia: 4)	
Costumi uomo (no maglia)	5,16%	93	16	72	1,51	Francia, Tunisia, Cina (posizionamento Italia: 6)	
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	-	-	-	-	-	-	
Tavole a vela	-	-	-	-	-	-	

Sport con la palla							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Palle sportive gonfiabili	4,55%	131	42	516	1,25	Spagna, Cina, Tunisia (posizionamento Italia: 5)	
Palle sportive, escl. gonfiabili	3,13%	33	0	5	1,13	Francia, Vietnam, Taiwan (posizionamento Italia: 6)	

Sport con la racchetta							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzatura per tennis tavolo	2,75%	3	0	3	0,79	Germania, Cina, Polonia (posizionamento Italia: 4)	
Palle da tennis	-	-	-	-	-	-	
Racchette badminton/simili, escl. tennis	-	-	-	-	-	-	
Racchette da tennis, anche senza corde	-	-	-	-	-	-	

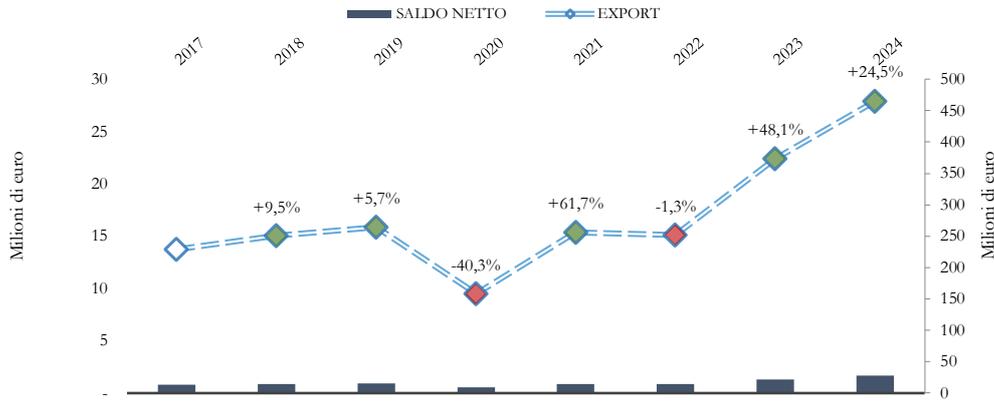
Sport invernali							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attacchi per sci	-	-	-	-	-	-	
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	-	-	-	-	-	-	
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	-	-	-	-	-	-	
Calzature sci/surf neve, cuoio	-	-	-	-	-	-	
Sci da neve	-	-	-	-	-	-	
Tute da sci a maglia	-	-	-	-	-	-	
Tute da sci non a maglia	-	-	-	-	-	-	



Altro						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Bigliardi e accessori	2,22%	20	0	1	2,02	Spagna, Francia, Belgio (posizionamento Italia: 6)
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	10,26%	1.858	49	610	1,15	Francia, Regno Unito, Spagna (posizionamento Italia: 4)
Palloni, alianti e deltaplani	3,99%	46	14	196	0,53	Spagna, Cina, Cechia (posizionamento Italia: 4)
Paracadute e loro parti	3,95%	7	0	11	1,60	Regno Unito, Austria, Francia (posizionamento Italia: 4)
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	2,33%	24	15	123	2,00	Francia, Cina, Spagna (posizionamento Italia: 3)
Bastoni, fruste e simili	-	-	-	-	-	-

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'²⁶ – Messico

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



28	Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)	0,6%	Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024
8	Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)	48	Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

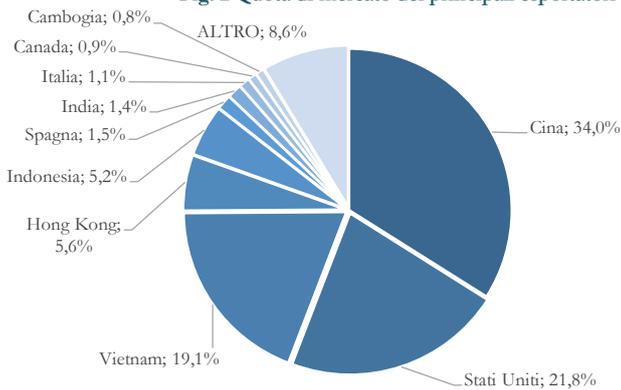


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

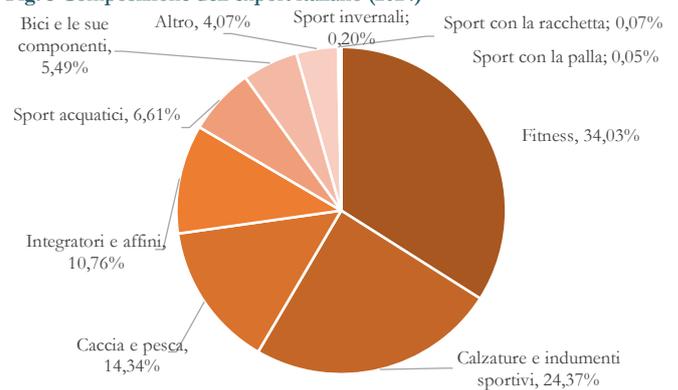
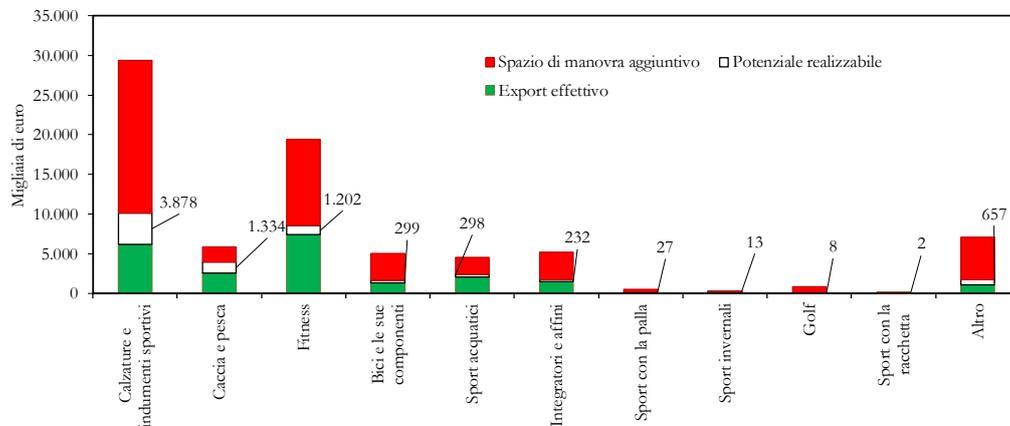


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



²⁶ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	1,01%	862	28	277	9,90	Spagna, Stati Uniti, Vietnam (posizionamento Italia: 8)
Cerchioni e raggi per velocipedi	0,08%	5	1	6	0,00	Giappone, Francia, Regno Unito (posizionamento Italia: 11)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	0,21%	9	1	36	2,94	Regno Unito, Paesi Bassi, Giappone (posizionamento Italia: 10)
Mozzi e pignoni per velocipedi	0,23%	9	1	24	0,11	Regno Unito, Giappone, Belgio (posizionamento Italia: 10)
Parti e accessori vari per velocipedi	0,94%	250	74	650	3,86	Giappone, Spagna, Germania (posizionamento Italia: 7)
Pedali e pedaliera per velocipedi	0,38%	32	7	81	3,10	Paesi Bassi, Germania, Giappone (posizionamento Italia: 10)
Selle per velocipedi	0,93%	52	31	43	1,61	Stati Uniti, Vietnam, Germania (posizionamento Italia: 5)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	0,54%	101	155	2.269	49,37	Stati Uniti, Spagna, Cina (posizionamento Italia: 5)

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Ami, anche con braccioli	0,69%	15	5	140	1,65	Giappone, Francia, Corea del Sud (posizionamento Italia: 7)
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	0,07%	3	0	5	0,46	Francia, Hong Kong, Spagna (posizionamento Italia: 15)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	7,85%	585	857	1.265	1,14	Spagna, Stati Uniti, Danimarca (posizionamento Italia: 3)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	38,32%	1.223	416	310	1,47	Spagna, Stati Uniti, Portogallo (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	30,27%	727	32	146	1,17	Stati Uniti, Cechia, Brasile (posizionamento Italia: 2)
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	4,61%	38	24	49	0,75	Spagna, Francia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 4)
Canne da pesca	-	-	-	-	-	-
Mulinelli pesca	-	-	-	-	-	-
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	-	-	-	-	-	-

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	0,92%	190	138	2.314	0,93	Stati Uniti, Cina, Canada (posizionamento Italia: 6)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	2,68%	1.240	281	2.017	2,92	Stati Uniti, Cina, Cechia (posizionamento Italia: 7)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	0,07%	224	35	543	0,62	India, Spagna, Bangladesh (posizionamento Italia: 11)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	5,41%	1.633	2.350	7.432	1,77	Spagna, India, Cechia (posizionamento Italia: 2)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	3,36%	2.848	1.042	6.657	0,77	Germania, Corea del Sud, Francia (posizionamento Italia: 4)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	1,32%	77	31	300	1,62	Stati Uniti, Hong Kong, Regno Unito (posizionamento Italia: 9)



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/gioco, piscine e vasche	2,97%	6.322	669	6.130	0,79	Bulgaria, Taiwan, Stati Uniti (posizionamento Italia: 4)	
Tute donna altre materie (no maglia)	1,80%	101	95	469	2,59	India, Francia, Spagna (posizionamento Italia: 6)	
Tute donna cotone (no maglia)	0,19%	143	10	146	1,15	Paesi Bassi, Spagna, Pakistan (posizionamento Italia: 12)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	0,39%	243	24	316	0,88	Francia, Paesi Bassi, Cambogia (posizionamento Italia: 14)	
Tute sportive a maglia altre materie	0,48%	1	6	21	3,17	India, Cina, Francia (posizionamento Italia: 7)	
Tute sportive a maglia cotone	0,57%	25	3	20	1,85	Hong Kong, Spagna, Polonia (posizionamento Italia: 14)	
Tute sportive a maglia sintetiche	0,37%	151	357	3.413	3,93	Stati Uniti, Cina, Danimarca (posizionamento Italia: 10)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	9,74%	149	14	61	3,15	Cina, Spagna, Egitto (posizionamento Italia: 3)	
Tute uomo cotone (no maglia)	0,95%	111	13	103	4,24	Spagna, Vietnam, Cechia (posizionamento Italia: 7)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	0,56%	126	10	129	4,25	Spagna, Egitto, Indonesia (posizionamento Italia: 10)	

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Bastoni da golf completi	0,012%	2	8	794	15,91	Regno Unito, Giappone, Australia (posizionamento Italia: 9)	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	-	-	-	-	-	-	
Palle da golf	-	-	-	-	-	-	

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Concentrati di proteine	0,89%	912	180	2.829	4,46	Spagna, Germania, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 6)	
Medicamenti con vitamine, dosati	0,63%	381	22	248	0,18	Francia, Perù, Danimarca (posizionamento Italia: 12)	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	0,17%	90	11	147	0,82	Germania, Estonia, Regno Unito (posizionamento Italia: 13)	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	0,38%	103	19	259	266,11	Spagna, Francia, India (posizionamento Italia: 8)	
Miscele di provitamine o vitamine	-	-	-	-	-	-	

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Barche a vela <= 7,5 m	-	-	-	-	-	-	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	-	-	-	-	-	-	



Sport acquatici							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	2,27%	216	48	354	1,00	Taiwan, Thailandia, Francia (posizionamento Italia: 5)	
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	0,81%	713	68	710	1,78	Spagna, Thailandia, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 11)	
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	8,30%	425	111	730	2,90	Spagna, Stati Uniti, Cina (posizionamento Italia: 3)	
Costumi donna (no maglia)	1,92%	206	3	17	1,22	Francia, Spagna, Colombia (posizionamento Italia: 8)	
Costumi uomo (no maglia)	1,59%	534	68	295	0,82	Francia, Indonesia, Germania (posizionamento Italia: 8)	
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	-	-	-	-	-	-	
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	-	-	-	-	-	-	
Tavole a vela	-	-	-	-	-	-	

Sport con la palla							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Palle sportive gonfiabili	0,49%	98	8	95	0,94	Stati Uniti, Indonesia, Spagna (posizionamento Italia: 8)	
Palle sportive, escl. gonfiabili	0,09%	2	19	265	0,86	Hong Kong, Germania, India (posizionamento Italia: 11)	

Sport con la racchetta							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Racchette badminton/simili, escl. tennis	0,01%	6	2	66	9,57	Portogallo, Svezia, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 11)	
Racchette da tennis, anche senza corde	0,04%	1	0	1	4,59	Austria, Svizzera, Cile (posizionamento Italia: 15)	
Attrezzatura per tennis tavolo	-	-	-	-	-	-	
Palle da tennis	-	-	-	-	-	-	

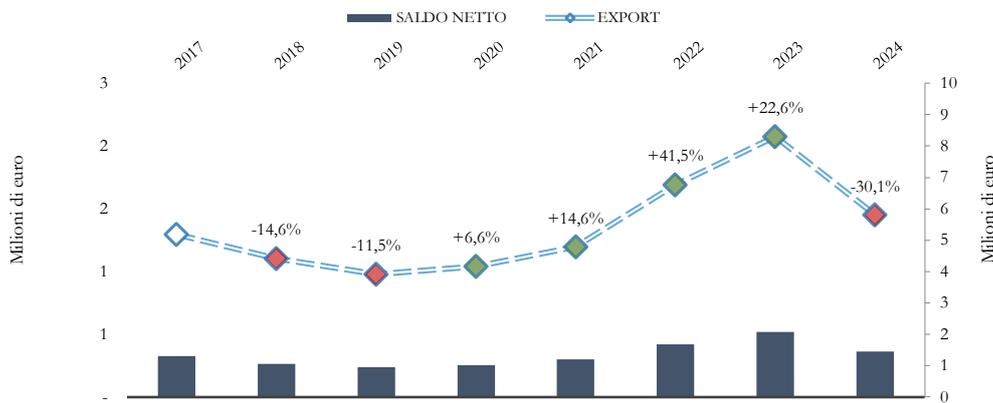
Sport invernali							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	23,65%	157	9	49	0,48	Cina, Stati Uniti, Austria (posizionamento Italia: 3)	
Calzature sci/surf neve, cuoio	33,09%	28	4	14	2,60	Indonesia, Cina, Germania (posizionamento Italia: 2)	
Tute da sci non a maglia	4,73%	3	1	6	1,26	Cina, Regno Unito, Spagna (posizionamento Italia: 5)	
Attacchi per sci	-	-	-	-	-	-	
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	-	-	-	-	-	-	
Sci da neve	-	-	-	-	-	-	
Tute da sci a maglia	-	-	-	-	-	-	



Altro							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Bigliardi e accessori	2,90%	94	3	33	4,66	Spagna, Belgio, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 4)	
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	0,78%	876	18	221	1,00	Germania, Spagna, Taiwan (posizionamento Italia: 7)	
Paracadute e loro parti	1,06%	8	5	100	0,34	Regno Unito, Germania, Stati Uniti (posizionamento Italia: 4)	
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	0,38%	76	632	5.037	5,02	Francia, Cina, Stati Uniti (posizionamento Italia: 3)	
Bastoni, fruste e simili	-	-	-	-	-	-	
Palloni, alianti e deltaplani	-	-	-	-	-	-	

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'²⁷ – Nigeria

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



1	Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)	0,0%	Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024
1	Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)	12	Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

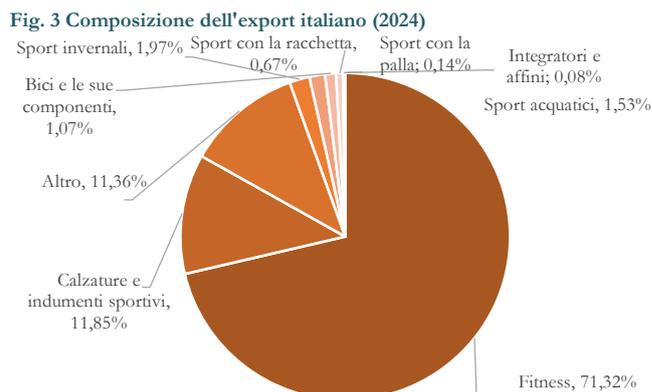
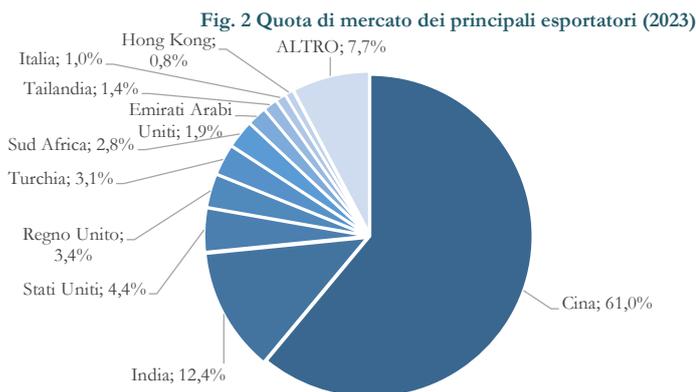
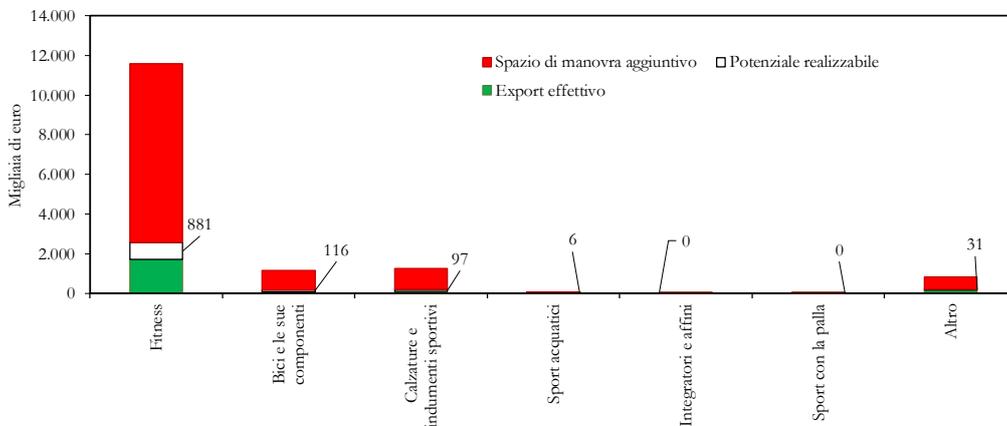


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



²⁷ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	0,41%	5	5	51	15,32	Spagna, Belgio, Corea del Sud (posizionamento Italia: 11)
Cerchioni e raggi per velocipedi	0,52%	8	21	150	0,35	Kenya, Cina, Emirati Arabi Uniti (posizionamento Italia: 8)
Parti e accessori vari per velocipedi	0,51%	52	90	786	0,18	Francia, Cechia, Cina (posizionamento Italia: 12)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	-	-	-	-	-	-
Mozzi e pignoni per velocipedi	-	-	-	-	-	-
Pedali e pedaliera per velocipedi	-	-	-	-	-	-
Selle per velocipedi	-	-	-	-	-	-
Telai, forcelle e parti per velocipedi	-	-	-	-	-	-

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Ami, anche con braccioli	-	-	-	-	-	-
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	-	-	-	-	-	-
Canne da pesca	-	-	-	-	-	-
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	-	-	-	-	-	-
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	-	-	-	-	-	-
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	-	-	-	-	-	-
Mulinelli pesca	-	-	-	-	-	-
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	-	-	-	-	-	-
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	-	-	-	-	-	-

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	0,33%	61	39	647	7,43	India, Francia, Cina (posizionamento Italia: 3)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	0,72%	22	56	404	23,48	Cina, Emirati Arabi Uniti, Etiopia (posizionamento Italia: 7)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	0,07%	5	0	2	5,53	Germania, Spagna, Hong Kong (posizionamento Italia: 22)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	5,12%	10	1	4	6,02	India, Cina, Emirati Arabi Uniti (posizionamento Italia: 6)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	0,11%	4	1	5	0,23	Cechia, Corea del Sud, Francia (posizionamento Italia: 16)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	-	-	-	-	-	-



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/gioco, piscine e vasche	4,23%	877	487	4.463	3,60	Paesi Bassi, Corea del Sud, Cina (posizionamento Italia: 2)	
Tute donna altre materie (no maglia)	19,19%	24	4	20	27,90	Spagna, India, Francia (posizionamento Italia: 2)	
Tute donna cotone (no maglia)	0,67%	16	2	22	0,02	Emirati Arabi Uniti, Stati Uniti, Malaysia (posizionamento Italia: 8)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	0,39%	2	5	67	48,87	Spagna, Arabia Saudita, Danimarca (posizionamento Italia: 6)	
Tute sportive a maglia cotone	0,73%	2	0	1	14,50	Regno Unito, Stati Uniti, Turchia (posizionamento Italia: 7)	
Tute sportive a maglia sintetiche	0,04%	3	0	2	0,44	Francia, Sud Africa, Regno Unito (posizionamento Italia: 16)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	0,93%	19	41	179	25,16	Stati Uniti, Regno Unito, Cina (posizionamento Italia: 7)	
Tute uomo cotone (no maglia)	2,78%	156	44	350	0,69	Francia, India, Stati Uniti (posizionamento Italia: 8)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	5,02%	598	298	3.912	5,36	Emirati Arabi Uniti, Regno Unito, Cina (posizionamento Italia: 2)	
Tute sportive a maglia altre materie	-	-	-	-	-	-	

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	-	-	-	-	-	-	
Bastoni da golf completi	-	-	-	-	-	-	
Palle da golf	-	-	-	-	-	-	

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Concentrati di proteine	0,28%	4	0	6	0,60	Emirati Arabi Uniti, Paesi Bassi, Spagna (posizionamento Italia: 16)	
Medicamenti con vitamine, dosati	-	-	-	-	-	-	
Miscele di provitamine o vitamine	-	-	-	-	-	-	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	-	-	-	-	-	-	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	-	-	-	-	-	-	

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Barche a vela <= 7,5 m	-	-	-	-	-	-	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	-	-	-	-	-	-	



Sport acquatici							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	0,99%	2	1	6	6,85	Thailandia, Sud Africa, Regno Unito (posizionamento Italia: 9)	
Costumi uomo (no maglia)	4,22%	19	5	22	18,81	Francia, Cina, Portogallo (posizionamento Italia: 4)	
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	-	-	-	-	-	-	
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	-	-	-	-	-	-	
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	-	-	-	-	-	-	
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	-	-	-	-	-	-	
Costumi donna (no maglia)	-	-	-	-	-	-	
Tavole a vela	-	-	-	-	-	-	

Sport con la palla							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Palle sportive gonfiabili	0,11%	7	0	2	6,74	India, Germania, Kenya (posizionamento Italia: 10)	
Palle sportive, escl. gonfiabili	-	-	-	-	-	-	

Sport con la racchetta							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzatura per tennis tavolo	-	-	-	-	-	-	
Palle da tennis	-	-	-	-	-	-	
Racchette badminton/simili, escl. tennis	-	-	-	-	-	-	
Racchette da tennis, anche senza corde	-	-	-	-	-	-	

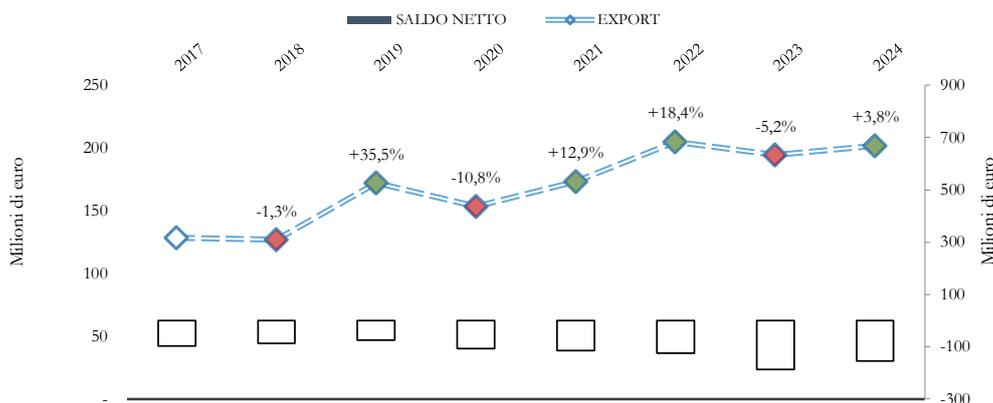
Sport invernali							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attacchi per sci	-	-	-	-	-	-	
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	-	-	-	-	-	-	
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	-	-	-	-	-	-	
Calzature sci/surf neve, cuoio	-	-	-	-	-	-	
Sci da neve	-	-	-	-	-	-	
Tute da sci a maglia	-	-	-	-	-	-	
Tute da sci non a maglia	-	-	-	-	-	-	



Altro							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Bastoni, fruste e simili	3,95%	41	23	515	42,53	Regno Unito, Cina, Sud Africa (posizionamento Italia: 2)	
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	2,43%	138	8	101	0,65	Cechia, Stati Uniti, Estonia (posizionamento Italia: 5)	
Bigliardi e accessori	-	-	-	-	-	-	
Palloni, alianti e deltaplani	-	-	-	-	-	-	
Paracadute e loro parti	-	-	-	-	-	-	
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	-	-	-	-	-	-	

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'²⁸ – Paesi Bassi

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



202	Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)	4,3%	Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024
20	Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)	166	Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

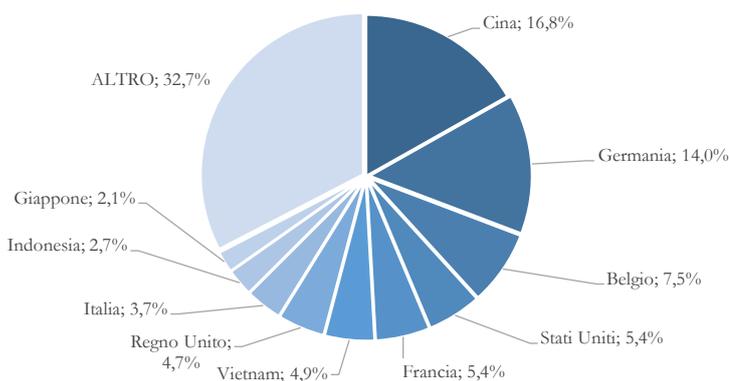


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

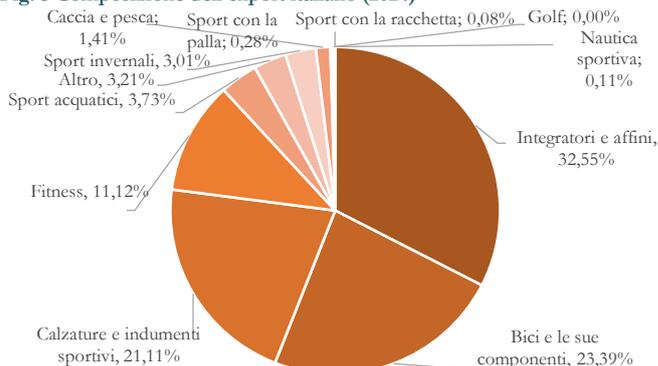
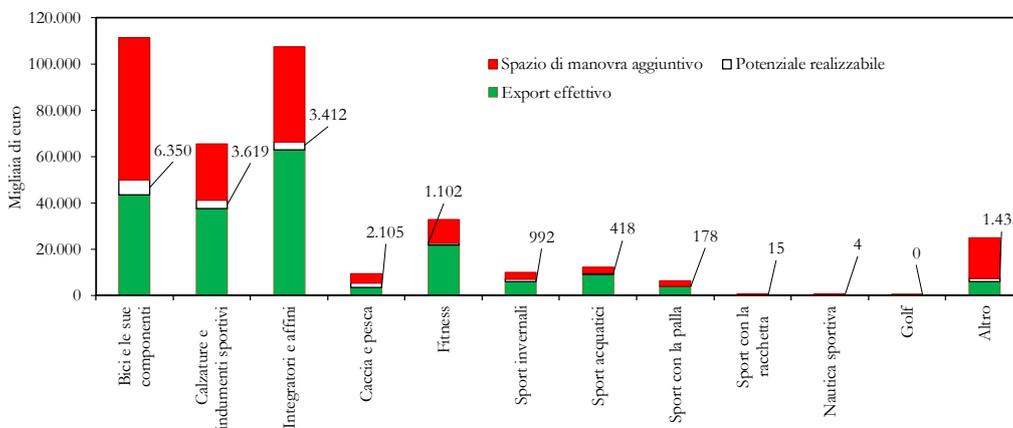


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



²⁸ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	2,02%	15.593	1.001	10.036	1,46	Regno Unito, Ungheria, Lituania (posizionamento Italia: 10)
Cerchioni e raggi per velocipedi	3,54%	958	60	426	2,12	Svizzera, Stati Uniti, Ungheria (posizionamento Italia: 9)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	1,04%	1.213	296	8.435	0,83	Regno Unito, Giappone, Lituania (posizionamento Italia: 8)
Mozzi e pignoni per velocipedi	0,53%	592	250	4.479	1,13	Polonia, Regno Unito, Giappone (posizionamento Italia: 10)
Parti e accessori vari per velocipedi	4,22%	13.277	1.767	15.448	1,20	Giappone, Cina, Germania (posizionamento Italia: 5)
Pedali e pedaliera per velocipedi	0,33%	1.338	1.933	20.999	0,97	Regno Unito, Francia, Giappone (posizionamento Italia: 11)
Selle per velocipedi	44,94%	9.350	1.018	1.402	1,86	Cina, Taiwan, Germania (posizionamento Italia: 1)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	0,48%	1.209	25	360	1,11	Belgio, Stati Uniti, Giappone (posizionamento Italia: 12)

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Ami, anche con braccioli	0,41%	39	2	62	3,28	Danimarca, Giappone, Polonia (posizionamento Italia: 16)
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	0,65%	131	2	46	0,80	Cechia, Giappone, Serbia (posizionamento Italia: 16)
Canne da pesca	0,80%	204	13	447	1,41	Regno Unito, Germania, Francia (posizionamento Italia: 12)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	8,57%	1.817	1.927	2.845	0,21	Francia, Spagna, Brasile (posizionamento Italia: 2)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	41,20%	592	100	75	0,68	Regno Unito, Germania, Polonia (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	19,27%	422	39	180	0,79	Stati Uniti, Cechia, Germania (posizionamento Italia: 2)
Mulinelli pesca	0,04%	21	0	7	0,82	Spagna, Corea del Sud, Irlanda (posizionamento Italia: 21)
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	0,94%	22	10	21	0,82	Regno Unito, Spagna, Svezia (posizionamento Italia: 11)
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	0,95%	67	11	137	1,42	Corea del Sud, Cina, Lituania (posizionamento Italia: 14)

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	3,55%	1.478	44	733	12,08	Cechia, Polonia, Regno Unito (posizionamento Italia: 7)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	3,82%	4.493	815	5.857	0,95	Belgio, Austria, Cina (posizionamento Italia: 6)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	1,21%	9.613	440	6.767	1,07	Polonia, Francia, Regno Unito (posizionamento Italia: 9)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	15,68%	10.637	1.261	3.987	2,70	Cina, Slovacchia, Belgio (posizionamento Italia: 1)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	5,24%	9.948	1.029	6.574	4,15	Francia, Giappone, Belgio (posizionamento Italia: 6)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	9,72%	1.367	31	292	2,60	Belgio, Polonia, Pakistan (posizionamento Italia: 6)



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/gioco, piscine e vasche	3,36%	11.676	564	5.167	1,25	Belgio, Francia, Ungheria (posizionamento Italia: 7)	
Tute donna altre materie (no maglia)	2,10%	389	91	448	1,89	Spagna, India, Lituania (posizionamento Italia: 10)	
Tute donna cotone (no maglia)	2,01%	1.020	93	1.319	2,53	Regno Unito, Belgio, Francia (posizionamento Italia: 13)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	1,86%	1.755	72	944	2,14	Francia, Svizzera, Polonia (posizionamento Italia: 10)	
Tute sportive a maglia altre materie	2,12%	43	16	60	0,41	Regno Unito, Germania, Spagna (posizionamento Italia: 12)	
Tute sportive a maglia cotone	9,32%	2.010	54	316	1,86	Francia, Slovenia, Germania (posizionamento Italia: 4)	
Tute sportive a maglia sintetiche	2,15%	655	53	510	2,05	Francia, Belgio, Filippine (posizionamento Italia: 13)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	1,64%	124	40	176	1,62	Lituania, Polonia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 16)	
Tute uomo cotone (no maglia)	2,99%	1.270	86	694	1,19	Germania, Polonia, Regno Unito (posizionamento Italia: 9)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	3,50%	2.649	32	423	1,85	Francia, Regno Unito, Polonia (posizionamento Italia: 9)	

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	0,024%	0	0	1	2,38	Austria, Corea del Sud, Singapore (posizionamento Italia: 24)	
Palle da golf	0,020%	3	0	21	0,93	Polonia, Hong Kong, Corea del Sud (posizionamento Italia: 22)	
Bastoni da golf completi	-	-	-	-	-		

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Concentrati di proteine	1,84%	3.146	166	2.605	1,55	Francia, Filippine, Irlanda (posizionamento Italia: 11)	
Medicamenti con vitamine, dosati	1,86%	3.712	202	2.327	1,75	Belgio, Danimarca, Stati Uniti (posizionamento Italia: 8)	
Miscele di provitamine o vitamine	40,42%	28.492	833	6.479	85,48	Francia, Stati Uniti, Andorra (posizionamento Italia: 1)	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	4,24%	26.662	1.945	25.972	0,52	Cina, Ungheria, Lituania (posizionamento Italia: 7)	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	0,71%	968	265	3.655	1,86	Spagna, Regno Unito, Francia (posizionamento Italia: 12)	

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Barche a vela <= 7,5 m	1,58%	9	2	13	3,10	Germania, Spagna, Turchia (posizionamento Italia: 12)	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	2,83%	363	2	18	2,50	Francia, Polonia, Thailandia (posizionamento Italia: 12)	



Sport acquatici

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	1,05%	897	34	252	1,13	Polonia, Svezia, Regno Unito (posizionamento Italia: 13)
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	6,85%	278	73	304	0,89	Indonesia, Cina, Polonia (posizionamento Italia: 4)
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	0,31%	1	1	8	3,21	Francia, Indonesia, Belgio (posizionamento Italia: 17)
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	1,12%	2.152	87	913	2,07	Portogallo, Polonia, Francia (posizionamento Italia: 13)
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	2,65%	495	20	132	2,55	Francia, Belgio, Stati Uniti (posizionamento Italia: 8)
Costumi donna (no maglia)	8,30%	609	24	123	2,16	Spagna, Francia, Giappone (posizionamento Italia: 4)
Costumi uomo (no maglia)	10,06%	4.598	171	747	8,20	Cina, Austria, Spagna (posizionamento Italia: 4)
Tavole a vela	1,83%	98	7	74	3,78	Spagna, Slovenia, Francia (posizionamento Italia: 11)

Sport con la palla

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Palle sportive gonfiabili	10,43%	3.786	166	2.063	0,64	Germania, Pakistan, Regno Unito (posizionamento Italia: 4)
Palle sportive, escl. gonfiabili	0,98%	127	12	163	1,56	Cambogia, Filippine, Svezia (posizionamento Italia: 16)

Sport con la racchetta

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attrezzatura per tennis tavolo	0,79%	39	3	36	0,83	Regno Unito, Belgio, Spagna (posizionamento Italia: 8)
Palle da tennis	0,01%	1	0	6	1,13	Estonia, Slovacchia, Giappone (posizionamento Italia: 29)
Racchette badminton/simili, escl. tennis	0,16%	35	12	470	0,93	Thailandia, Lituania, Belgio (posizionamento Italia: 13)
Racchette da tennis, anche senza corde	0,07%	2	0	3	1,24	Finlandia, Slovacchia, Regno Unito (posizionamento Italia: 23)

Sport invernali

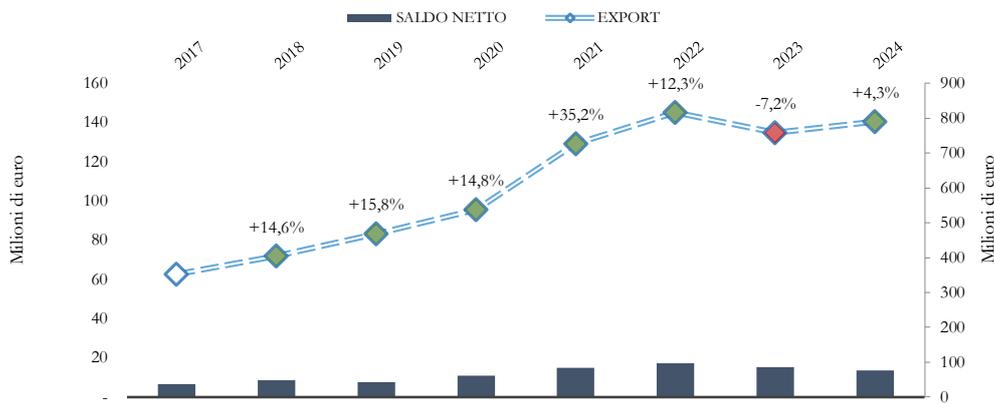
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attacchi per sci	5,40%	826	108	538	1,06	Francia, Cina, Polonia (posizionamento Italia: 6)
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	2,08%	78	11	65	0,68	Francia, Stati Uniti, Spagna (posizionamento Italia: 12)
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	17,35%	4.061	716	1.172	0,88	Austria, Francia, Germania (posizionamento Italia: 2)
Calzature sci/surf neve, cuoio	1,12%	6	1	2	1,55	Francia, Cechia, Slovenia (posizionamento Italia: 14)
Sci da neve	3,12%	944	143	929	1,66	Francia, Emirati Arabi Uniti, Slovenia (posizionamento Italia: 7)
Tute da sci a maglia	1,08%	20	2	11	2,76	Francia, Turchia, Spagna (posizionamento Italia: 10)
Tute da sci non a maglia	3,38%	122	11	72	2,21	Polonia, Francia, Spagna (posizionamento Italia: 6)



Altro						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Bastoni, fruste e simili	0,63%	73	4	79	1,12	Stati Uniti, Regno Unito, Belgio (posizionamento Italia: 10)
Bigliardi e accessori	10,88%	1.084	122	1.367	12,18	Giappone, Spagna, Cina (posizionamento Italia: 2)
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	1,51%	3.975	1.269	15.679	0,42	Polonia, Vietnam, Francia (posizionamento Italia: 11)
Palloni, alianti e deltaplani	1,21%	35	9	127	2,48	Lituania, Germania, Regno Unito (posizionamento Italia: 11)
Paracadute e loro parti	0,45%	19	0	7	0,54	Hong Kong, Austria, Nuova Zelanda (posizionamento Italia: 17)
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	4,31%	708	31	244	1,13	Spagna, Germania, Regno Unito (posizionamento Italia: 6)

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'²⁹ – Polonia

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



141

Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)

3,0%

Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024

10

Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)

90

Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

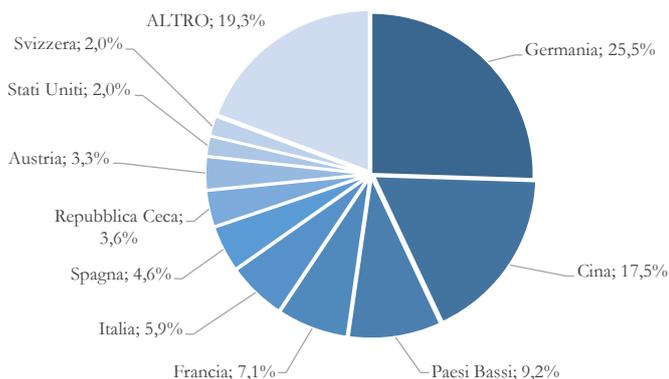


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

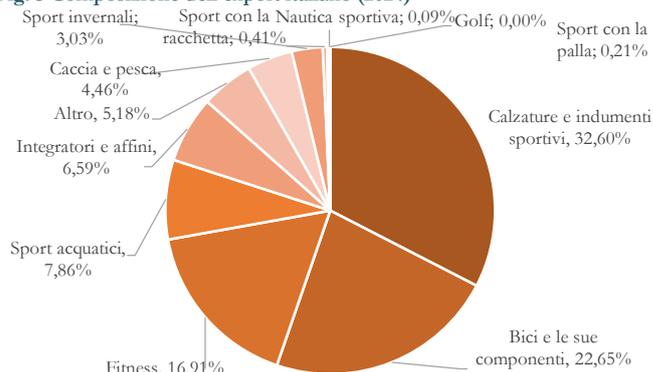
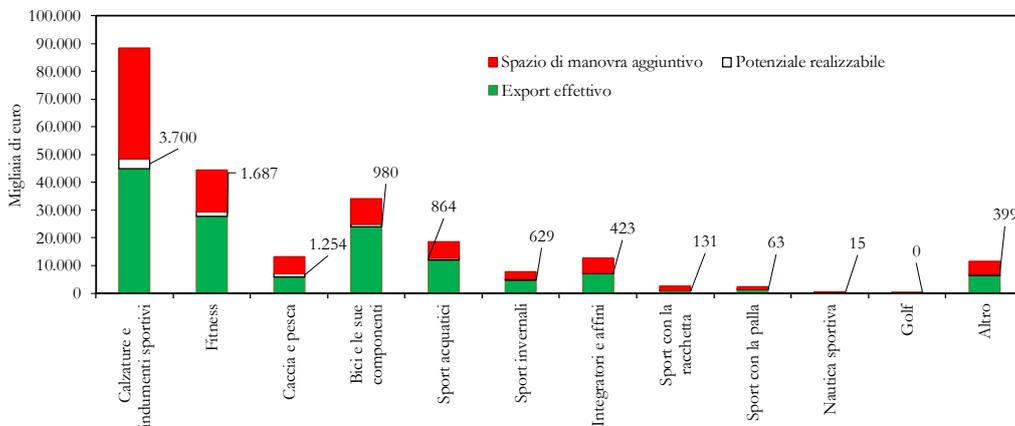


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



²⁹ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.

Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	9,96%	14.849	340	3.406	0,50	Paesi Bassi, Germania, Portogallo (posizionamento Italia: 3)
Cerchioni e raggi per velocipedi	1,49%	389	13	92	1,22	Cechia, Belgio, Germania (posizionamento Italia: 7)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	1,31%	590	63	1.790	0,36	Spagna, Vietnam, Indonesia (posizionamento Italia: 11)
Mozzi e pignoni per velocipedi	0,25%	168	5	94	0,60	Francia, Paesi Bassi, Indonesia (posizionamento Italia: 13)
Parti e accessori vari per velocipedi	3,71%	4.412	293	2.566	1,00	Paesi Bassi, Giappone, Germania (posizionamento Italia: 6)
Pedali e pedaliera per velocipedi	3,60%	928	42	454	5,00	Francia, Cina, Germania (posizionamento Italia: 8)
Selle per velocipedi	18,68%	1.938	200	275	1,15	Germania, Paesi Bassi, Francia (posizionamento Italia: 3)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	0,80%	726	24	352	1,66	Paesi Bassi, Germania, Vietnam (posizionamento Italia: 7)

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Ami, anche con braccioli	0,33%	18	1	14	28,35	Spagna, Ucraina, Portogallo (posizionamento Italia: 25)
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	1,67%	600	10	218	1,11	Regno Unito, Danimarca, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 9)
Canne da pesca	0,67%	174	4	143	1,24	Stati Uniti, Regno Unito, Francia (posizionamento Italia: 11)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	40,84%	1.454	255	376	0,65	Spagna, Brasile, Regno Unito (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	30,43%	1.613	601	448	4,01	Turchia, Belgio, Stati Uniti (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	7,89%	1.528	301	1.383	1,14	Germania, Stati Uniti, Turchia (posizionamento Italia: 4)
Mulinelli pesca	0,27%	80	35	3.009	0,58	Austria, Regno Unito, Cechia (posizionamento Italia: 17)
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	27,04%	137	23	47	1,15	Cechia, Germania, Spagna (posizionamento Italia: 1)
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	11,68%	266	23	303	1,82	Paesi Bassi, Cina, Spagna (posizionamento Italia: 2)

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	12,90%	3.835	36	612	1,03	Paesi Bassi, Francia, Germania (posizionamento Italia: 3)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	7,80%	3.611	482	3.462	1,69	Cina, Francia, Germania (posizionamento Italia: 3)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	6,54%	26.385	1.805	27.781	1,65	Francia, Germania, Cina (posizionamento Italia: 4)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	12,01%	3.413	269	850	1,45	Germania, India, Francia (posizionamento Italia: 2)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	5,47%	6.748	1.073	6.854	1,09	Francia, Germania, Stati Uniti (posizionamento Italia: 5)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	18,58%	796	34	329	1,51	Francia, Germania, Cina (posizionamento Italia: 2)



Fitness						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attrezzi sport/ gioco, piscine e vasche	2,82%	5.215	484	4.438	2,43	Francia, Paesi Bassi, Regno Unito (posizionamento Italia: 5)
Tute donna altre materie (no maglia)	1,94%	228	82	402	3,64	Austria, Portogallo, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 9)
Tute donna cotone (no maglia)	1,52%	750	6	79	0,85	Belgio, Francia, Austria (posizionamento Italia: 13)
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	3,42%	4.739	202	2.653	11,45	Paesi Bassi, Ucraina, Austria (posizionamento Italia: 8)
Tute sportive a maglia altre materie	10,39%	78	4	17	8,06	Bulgaria, Turchia, Cina (posizionamento Italia: 5)
Tute sportive a maglia cotone	15,40%	3.323	408	2.411	1,74	Germania, Francia, Turchia (posizionamento Italia: 2)
Tute sportive a maglia sintetiche	6,54%	1.298	27	261	0,79	Francia, Germania, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 4)
Tute uomo altre materie (no maglia)	1,25%	61	15	64	3,54	Turchia, Spagna, Stati Uniti (posizionamento Italia: 12)
Tute uomo cotone (no maglia)	27,82%	9.376	256	2.053	5,15	Cina, Paesi Bassi, Turchia (posizionamento Italia: 1)
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	4,18%	2.647	204	2.680	1,38	Germania, Turchia, Francia (posizionamento Italia: 6)

Golf						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Accessori golf, escl. palle e bastoni	0,038%	1	0	9	1,20	Svezia, Spagna, Australia (posizionamento Italia: 25)
Palle da golf	0,106%	3	0	5	13,23	Regno Unito, Romania, Grecia (posizionamento Italia: 18)
Bastoni da golf completi	-	-	-	-	-	-

Integratori e affini						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Concentrati di proteine	0,88%	646	33	510	2,02	Romania, Belgio, Spagna (posizionamento Italia: 15)
Medicamenti con vitamine, dosati	3,20%	2.495	179	2.064	11,47	Spagna, Paesi Bassi, Francia (posizionamento Italia: 8)
Miscele di provitamine o vitamine	0,23%	126	37	285	0,20	Regno Unito, Cina, Spagna (posizionamento Italia: 15)
Peptoni, proteine e polvere di pelle	2,60%	2.684	126	1.681	0,78	Svizzera, Francia, Regno Unito (posizionamento Italia: 11)
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	2,12%	1.030	48	667	6,34	Regno Unito, Spagna, Belgio (posizionamento Italia: 11)

Nautica sportiva						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Barche a vela <= 7,5 m	16,80%	84	7	39	9,38	Regno Unito, Paesi Bassi, Grecia (posizionamento Italia: 3)
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	7,36%	103	8	91	10,66	Danimarca, Arabia Saudita, Francia (posizionamento Italia: 5)



Sport acquatici							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	3,57%	2.039	411	3.030	1,48	Francia, Austria, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 5)	
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	9,77%	101	7	30	2,88	Spagna, Turchia, Germania (posizionamento Italia: 3)	
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	6,82%	14	4	30	0,35	Germania, Austria, Francia (posizionamento Italia: 4)	
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	3,24%	5.014	62	648	8,11	Spagna, Svizzera, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 10)	
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	6,73%	1.150	116	762	1,31	Francia, Germania, Hong Kong (posizionamento Italia: 5)	
Costumi donna (no maglia)	3,55%	416	26	132	2,92	Austria, Francia, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 8)	
Costumi uomo (no maglia)	8,75%	3.123	237	1.033	1,08	Paesi Bassi, Francia, Austria (posizionamento Italia: 5)	
Tavole a vela	1,76%	68	2	16	3,23	Stati Uniti, Spagna, Francia (posizionamento Italia: 11)	

Sport con la palla							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Palle sportive gonfiabili	4,74%	1.397	62	774	1,08	Francia, Indonesia, Cina (posizionamento Italia: 6)	
Palle sportive, escl. gonfiabili	1,22%	17	0	4	1,07	Belgio, Spagna, Filippine (posizionamento Italia: 13)	

Sport con la racchetta							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzatura per tennis tavolo	7,06%	861	131	1.553	1,37	Francia, Cina, Germania (posizionamento Italia: 4)	
Palle da tennis	0,09%	7	0	2	0,84	Regno Unito, Giappone, Belgio (posizionamento Italia: 19)	
Racchette badminton/simili, escl. tennis	0,33%	7	0	4	0,53	Regno Unito, Stati Uniti, Vietnam (posizionamento Italia: 14)	
Racchette da tennis, anche senza corde	0,05%	2	0	1	4,30	Indonesia, Regno Unito, Svezia (posizionamento Italia: 21)	

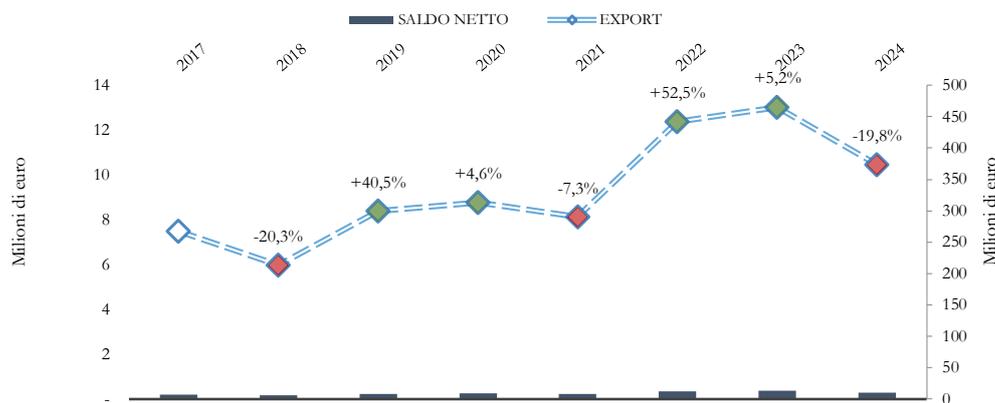
Sport invernali							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attacchi per sci	21,83%	1.045	72	357	1,88	Austria, Francia, Germania (posizionamento Italia: 2)	
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	5,46%	337	22	127	1,16	Francia, Austria, Cina (posizionamento Italia: 4)	
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	16,23%	2.217	307	502	1,04	Austria, Francia, Cechia (posizionamento Italia: 3)	
Calzature sci/surf neve, cuoio	11,54%	0	0	0	1,45	Paesi Bassi, Danimarca, Regno Unito (posizionamento Italia: 4)	
Sci da neve	4,21%	748	223	1.444	1,13	Francia, Paesi Bassi, Cina (posizionamento Italia: 8)	
Tute da sci a maglia	2,15%	12	2	12	1,81	Francia, Austria, Spagna (posizionamento Italia: 10)	
Tute da sci non a maglia	5,01%	297	4	26	0,83	Francia, Paesi Bassi, Austria (posizionamento Italia: 7)	



Altro						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Bastoni, fruste e simili	1,86%	135	9	204	1,32	Francia, Spagna, Taiwan (posizionamento Italia: 8)
Bigliardi e accessori	1,30%	43	0	2	1,07	Spagna, Francia, Estonia (posizionamento Italia: 11)
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	2,95%	3.795	273	3.379	1,21	Francia, Paesi Bassi, Spagna (posizionamento Italia: 7)
Palloni, alianti e deltaplani	1,91%	10	1	17	26,27	Regno Unito, Giappone, Slovacchia (posizionamento Italia: 7)
Paracadute e loro parti	7,77%	309	15	322	0,10	Francia, Cechia, Germania (posizionamento Italia: 3)
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	10,80%	2.146	100	800	1,13	Francia, Germania, Spagna (posizionamento Italia: 4)

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'³⁰ – Qatar

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



10	Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)	0,2%	Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024
2	Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)	11	Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

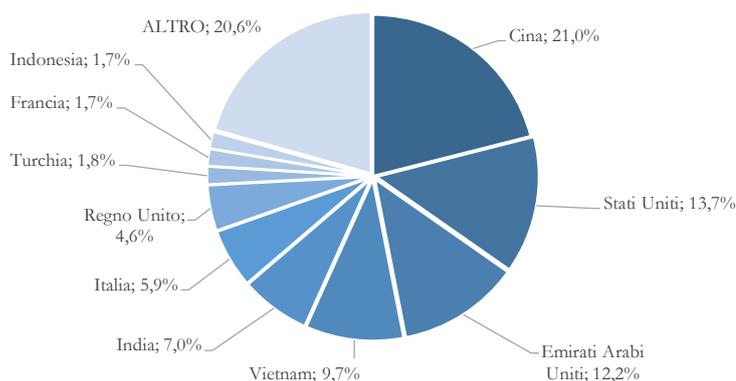


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

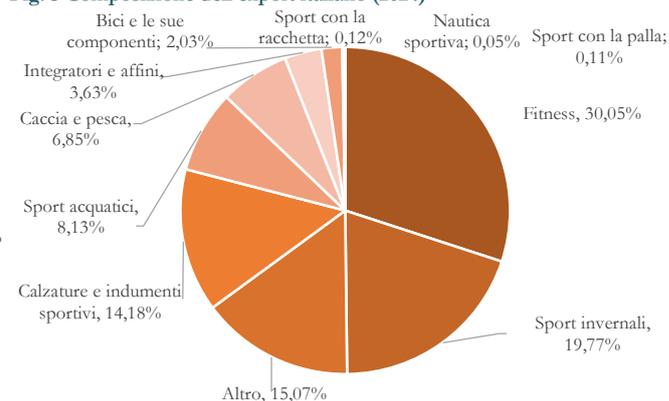
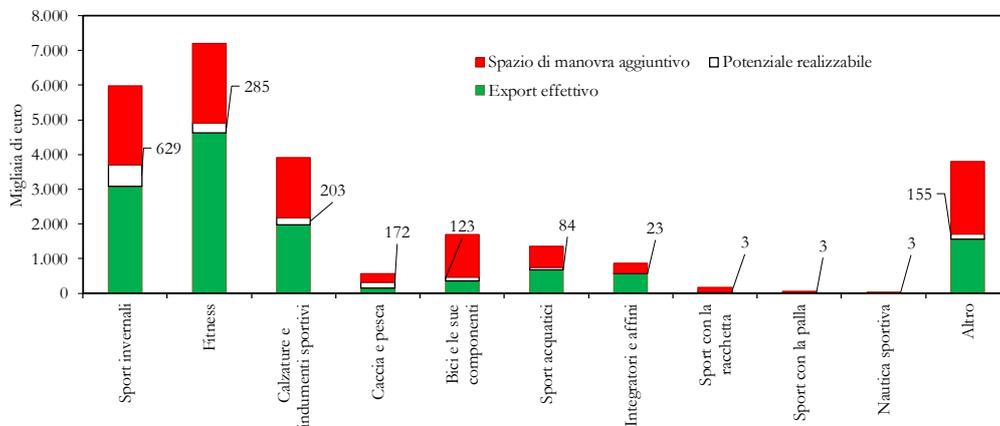


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



³⁰ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	3,97%	215	113	1.133	34,55	Germania, Cina, Emirati Arabi Uniti (posizionamento Italia: 5)
Cerchioni e raggi per velocipedi	9,50%	4	0	3	-	Emirati Arabi Uniti, Belgio, Giappone (posizionamento Italia: 4)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	0,52%	1	0	1	3,40	Regno Unito, Maurizio, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 16)
Mozzi e pignoni per velocipedi	2,94%	1	0	1	7,51	Germania, Cina, Turchia (posizionamento Italia: 6)
Parti e accessori vari per velocipedi	11,32%	73	6	53	7,62	Cina, Emirati Arabi Uniti, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 2)
Pedali e pedaliera per velocipedi	31,72%	29	1	10	3,38	Francia, Turchia, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 1)
Selle per velocipedi	29,87%	4	1	1	3,49	Cina, Taiwan, Maurizio (posizionamento Italia: 1)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	7,63%	29	1	17	1,72	Cina, Germania, Stati Uniti (posizionamento Italia: 3)

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	12,17%	126	163	241	0,33	Cipro, Brasile, Cechia (posizionamento Italia: 2)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	12,99%	13	8	6	0,20	Regno Unito, Austria, Francia (posizionamento Italia: 3)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	1,13%	7	0	1	1,55	Finlandia, Svezia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 9)
Ami, anche con braccioli	-	-	-	-	-	-
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	-	-	-	-	-	-
Canne da pesca	-	-	-	-	-	-
Mulinelli pesca	-	-	-	-	-	-
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	-	-	-	-	-	-
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	-	-	-	-	-	-

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	1,23%	34	14	233	0,51	India, Emirati Arabi Uniti, Brasile (posizionamento Italia: 8)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	2,19%	99	74	533	3,42	Cina, Emirati Arabi Uniti, Vietnam (posizionamento Italia: 5)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	2,67%	201	42	645	0,77	Kuwait, Cina, Regno Unito (posizionamento Italia: 6)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	19,58%	1.408	46	146	1,60	Portogallo, Francia, Cina (posizionamento Italia: 3)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	4,29%	231	27	172	6,01	Francia, Germania, Cina (posizionamento Italia: 9)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	-	-	-	-	-	-



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/gioco, piscine e vasche	14,69%	3.550	141	1.289	2,38	Cina, Bulgaria, Emirati Arabi Uniti (posizionamento Italia: 3)	
Tute donna altre materie (no maglia)	5,05%	277	45	222	2,62	Cina, India, Kuwait (posizionamento Italia: 6)	
Tute donna cotone (no maglia)	4,96%	105	7	94	4,09	Spagna, Emirati Arabi Uniti, Regno Unito (posizionamento Italia: 5)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	5,19%	309	10	127	2,95	Francia, Cina, Polonia (posizionamento Italia: 5)	
Tute sportive a maglia altre materie	12,03%	28	4	14	0,57	Spagna, Emirati Arabi Uniti, Francia (posizionamento Italia: 3)	
Tute sportive a maglia cotone	1,69%	120	6	35	1,26	Regno Unito, Thailandia, Cina (posizionamento Italia: 9)	
Tute sportive a maglia sintetiche	1,18%	10	1	9	0,87	Arabia Saudita, Germania, Bangladesh (posizionamento Italia: 12)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	2,07%	72	50	216	7,20	Cina, Francia, Polonia (posizionamento Italia: 5)	
Tute uomo cotone (no maglia)	1,10%	94	3	27	2,12	Bangladesh, Francia, Cina (posizionamento Italia: 11)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	0,93%	67	19	252	0,41	Regno Unito, Francia, Cechia (posizionamento Italia: 9)	

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	-	-	-	-	-	-	
Bastoni da golf completi	-	-	-	-	-	-	
Palle da golf	-	-	-	-	-	-	

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Medicamenti con vitamine, dosati	0,73%	219	10	110	0,69	Paesi Bassi, Cina, Belgio (posizionamento Italia: 22)	
Miscele di provitamine o vitamine	2,63%	59	3	27	0,74	Spagna, Danimarca, Turchia (posizionamento Italia: 5)	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	2,81%	288	10	141	0,61	Emirati Arabi Uniti, Regno Unito, Polonia (posizionamento Italia: 7)	
Concentrati di proteine	-	-	-	-	-	-	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	-	-	-	-	-	-	

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Barche a vela <= 7,5 m	1,66%	6	3	16	0,46	Francia, Emirati Arabi Uniti, Stati Uniti (posizionamento Italia: 4)	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	-	-	-	-	-	-	



Sport acquatici							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	5,76%	165	45	334	2,93	Cina, Maurizio, Francia (posizionamento Italia: 3)	
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	19,10%	39	2	10	9,79	Emirati Arabi Uniti, Francia, Pakistan (posizionamento Italia: 3)	
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	8,36%	218	14	143	2,44	Cina, Regno Unito, Turchia (posizionamento Italia: 4)	
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	2,42%	8	4	27	8,78	Estonia, Cina, Francia (posizionamento Italia: 6)	
Costumi donna (no maglia)	4,68%	22	5	26	2,75	Cina, Bangladesh, Arabia Saudita (posizionamento Italia: 8)	
Costumi uomo (no maglia)	12,29%	219	14	59	2,49	Cina, Polonia, Turchia (posizionamento Italia: 3)	
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	-	-	-	-	-	-	
Tavole a vela	-	-	-	-	-	-	

Sport con la palla							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Palle sportive gonfiabili	0,28%	21	3	39	0,91	Cechia, Thailandia, Svizzera (posizionamento Italia: 12)	
Palle sportive, escl. gonfiabili	-	-	-	-	-	-	

Sport con la racchetta							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Racchette badminton/simili, escl. tennis	0,98%	36	3	136	1,79	Francia, Taiwan, Giappone (posizionamento Italia: 12)	
Attrezzatura per tennis tavolo	-	-	-	-	-	-	
Palle da tennis	-	-	-	-	-	-	
Racchette da tennis, anche senza corde	-	-	-	-	-	-	

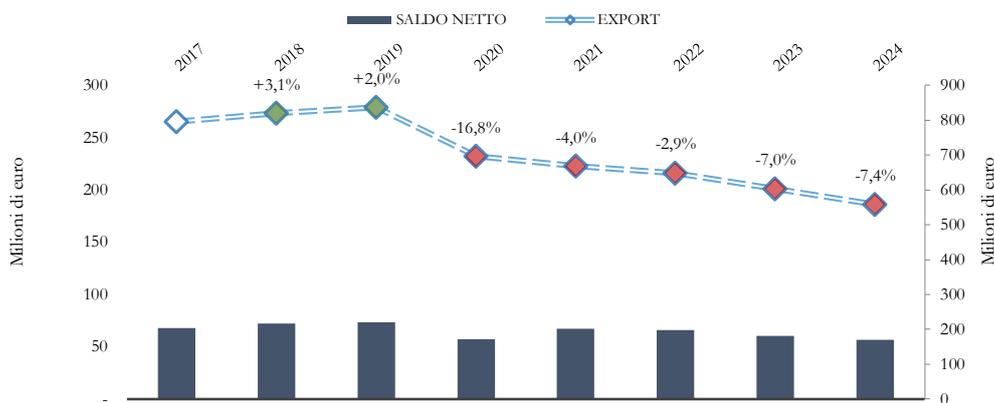
Sport invernali							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	0,63%	3	2	2	0,56	India, Brasile, Regno Unito (posizionamento Italia: 12)	
Calzature sci/surf neve, cuoio	21,57%	3.069	627	2.260	1,40	Cina, Hong Kong, Regno Unito (posizionamento Italia: 2)	
Sci da neve	4,04%	2	0	1	41,50	Turchia, Spagna, Emirati Arabi Uniti (posizionamento Italia: 7)	
Tute da sci non a maglia	13,65%	4	1	3	3,95	Regno Unito, India, Germania (posizionamento Italia: 3)	
Attacchi per sci	-	-	-	-	-	-	
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	-	-	-	-	-	-	
Tute da sci a maglia	-	-	-	-	-	-	



Altro						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Bastoni, fruste e simili	1,57%	8	0	7	6,19	Francia, Emirati Arabi Uniti, Giordania (posizionamento Italia: 7)
Bigliardi e accessori	2,86%	40	2	18	1,30	Spagna, Regno Unito, Giappone (posizionamento Italia: 8)
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	11,36%	1.350	134	1.661	1,27	Cina, Francia, Polonia (posizionamento Italia: 2)
Paracadute e loro parti	6,06%	158	19	404	0,78	Regno Unito, Svizzera, Polonia (posizionamento Italia: 3)
Palloni, alianti e deltaplani	-	-	-	-	-	-
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	-	-	-	-	-	-

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'³¹ – Regno Unito

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



186

Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)

4,0%

Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024

18

Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)

119

Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

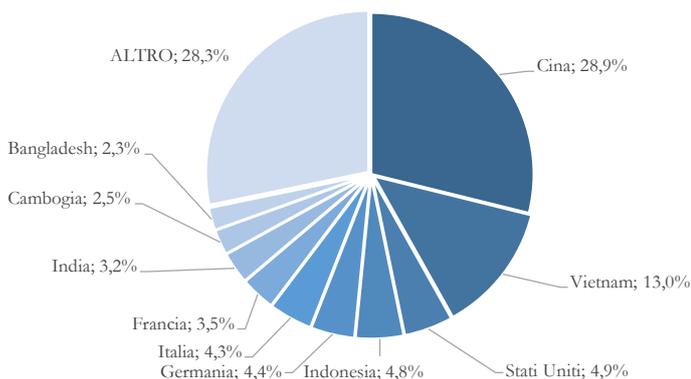


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

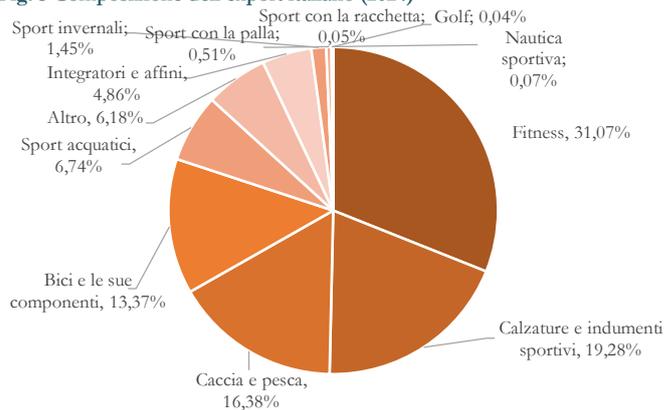
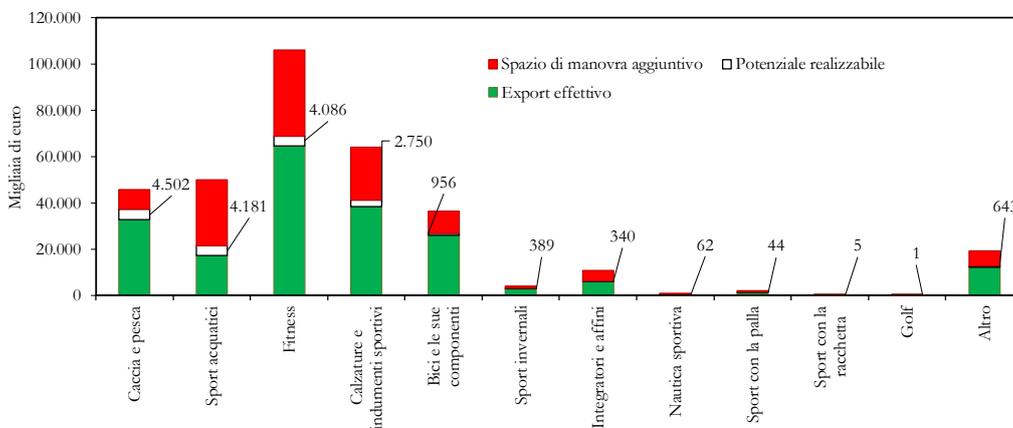


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



³¹ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	1,97%	7.246	92	923	0,87	Spagna, Portogallo, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 12)
Cerchioni e raggi per velocipedi	0,39%	39	4	27	1,47	Spagna, Polonia, Irlanda (posizionamento Italia: 18)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	4,04%	1.008	36	1.037	0,77	Spagna, Belgio, Germania (posizionamento Italia: 7)
Mozzi e pignoni per velocipedi	7,31%	658	29	523	3,73	Danimarca, Cina, Giappone (posizionamento Italia: 4)
Parti e accessori vari per velocipedi	7,34%	7.784	609	5.328	12,06	Cina, Giappone, Polonia (posizionamento Italia: 3)
Pedali e pedaliera per velocipedi	10,81%	1.847	45	487	2,70	Francia, Spagna, Giappone (posizionamento Italia: 3)
Selle per velocipedi	37,79%	2.440	70	97	2,58	Croazia, Taiwan, Spagna (posizionamento Italia: 2)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	6,64%	4.848	71	1.035	1,73	Germania, Stati Uniti, Francia (posizionamento Italia: 4)

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Ami, anche con braccioli	0,99%	105	15	413	0,31	Polonia, Stati Uniti, Corea del Sud (posizionamento Italia: 11)
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	1,77%	842	12	242	1,11	India, Stati Uniti, Giappone (posizionamento Italia: 8)
Canne da pesca	2,27%	714	11	373	1,97	Stati Uniti, Finlandia, Corea del Sud (posizionamento Italia: 6)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	53,78%	11.248	1.085	1.602	0,41	Spagna, Brasile, Francia (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	56,53%	14.132	1.366	1.017	4,62	Germania, Turchia, Giappone (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	5,21%	380	197	908	1,71	Stati Uniti, Finlandia, Cechia (posizionamento Italia: 4)
Mulinelli pesca	0,27%	64	2	207	0,59	Canada, Polonia, Belgio (posizionamento Italia: 15)
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	12,83%	5.041	1.810	3.674	1,24	Francia, Turchia, Spagna (posizionamento Italia: 3)
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	1,40%	155	4	57	1,27	Norvegia, Spagna, Grecia (posizionamento Italia: 10)

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	6,27%	1.174	182	3.063	5,66	Portogallo, Francia, Cina (posizionamento Italia: 3)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	3,78%	4.276	1.433	10.292	4,15	Bosnia-Erzegovina, Cina, Spagna (posizionamento Italia: 5)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	1,16%	9.462	428	6.589	1,54	Paesi Bassi, Germania, Spagna (posizionamento Italia: 7)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	15,56%	11.069	570	1.801	0,90	Portogallo, Vietnam, Indonesia (posizionamento Italia: 3)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	7,30%	11.704	115	736	1,58	Giappone, Polonia, Germania (posizionamento Italia: 5)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	4,35%	794	22	208	23,03	India, Polonia, Francia (posizionamento Italia: 8)



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/gioco, piscine e vasche	5,49%	28.254	1.020	9.340	1,14	Stati Uniti, Ungheria, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 4)	
Tute donna altre materie (no maglia)	7,37%	5.372	627	3.085	0,59	Portogallo, India, Francia (posizionamento Italia: 5)	
Tute donna cotone (no maglia)	1,78%	1.265	77	1.103	0,56	Francia, Irlanda, Portogallo (posizionamento Italia: 10)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	4,99%	13.303	591	7.783	7,69	Turchia, Francia, Polonia (posizionamento Italia: 6)	
Tute sportive a maglia altre materie	2,57%	177	31	116	3,78	Spagna, Irlanda, Turchia (posizionamento Italia: 4)	
Tute sportive a maglia cotone	5,49%	4.612	541	3.201	15,95	Spagna, Vietnam, Francia (posizionamento Italia: 6)	
Tute sportive a maglia sintetiche	2,59%	1.669	193	1.840	0,71	Germania, Francia, Svezia (posizionamento Italia: 9)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	18,49%	5.253	161	700	40,98	India, Francia, Cina (posizionamento Italia: 2)	
Tute uomo cotone (no maglia)	1,82%	703	191	1.529	3,18	Cechia, Brunei, Francia (posizionamento Italia: 10)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	3,12%	4.114	654	8.580	3,74	Polonia, Francia, Romania (posizionamento Italia: 5)	

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	0,030%	9	0	1	1,15	Cechia, Austria, Arabia Saudita (posizionamento Italia: 30)	
Bastoni da golf completi	0,070%	67	1	51	0,25	Danimarca, Spagna, Svezia (posizionamento Italia: 19)	
Palle da golf	0,006%	2	0	8	2,70	Belgio, Polonia, India (posizionamento Italia: 27)	

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Concentrati di proteine	1,05%	1.028	75	1.183	2,31	Ungheria, Danimarca, Romania (posizionamento Italia: 17)	
Medicamenti con vitamine, dosati	0,98%	1.039	107	1.232	3,01	Norvegia, Stati Uniti, Spagna (posizionamento Italia: 15)	
Miscele di provitamine o vitamine	3,43%	250	9	72	7,81	India, Polonia, Irlanda (posizionamento Italia: 10)	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	1,85%	2.798	116	1.545	0,69	Spagna, Danimarca, Polonia (posizionamento Italia: 11)	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	3,69%	704	32	446	1,00	Spagna, Svizzera, Belgio (posizionamento Italia: 6)	

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Barche a vela <= 7,5 m	4,96%	162	51	290	1,98	Polonia, Francia, Cina (posizionamento Italia: 4)	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	1,65%	119	11	121	0,12	Francia, Turchia, Spagna (posizionamento Italia: 11)	



Sport acquatici

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	3,20%	3.779	3.002	22.143	1,04	Stati Uniti, Thailandia, Polonia (posizionamento Italia: 2)
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	8,99%	514	56	232	6,27	Portogallo, Paesi Bassi, Turchia (posizionamento Italia: 3)
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	2,78%	62	7	63	3,02	Portogallo, Spagna, Israele (posizionamento Italia: 10)
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	2,93%	5.289	127	1.329	2,46	Francia, Turchia, Spagna (posizionamento Italia: 7)
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	4,24%	597	128	836	1,91	Portogallo, Francia, Cina (posizionamento Italia: 6)
Costumi donna (no maglia)	3,84%	579	237	1.216	0,36	Portogallo, Turchia, Cina (posizionamento Italia: 4)
Costumi uomo (no maglia)	8,48%	6.390	621	2.704	12,52	Turchia, Cina, Portogallo (posizionamento Italia: 3)
Tavole a vela	2,79%	28	5	55	0,28	Danimarca, Stati Uniti, Taiwan (posizionamento Italia: 10)

Sport con la palla

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Palle sportive gonfiabili	1,87%	1.138	40	498	0,58	Germania, Spagna, Thailandia (posizionamento Italia: 7)
Palle sportive, escl. gonfiabili	0,74%	136	4	49	0,49	Germania, Filippine, Stati Uniti (posizionamento Italia: 11)

Sport con la racchetta

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attrezzatura per tennis tavolo	0,39%	41	4	51	0,29	Ungheria, Cechia, Spagna (posizionamento Italia: 12)
Palle da tennis	0,09%	5	0	3	2,64	Stati Uniti, Polonia, Svezia (posizionamento Italia: 17)
Racchette badminton/simili, escl. tennis	0,38%	10	0	15	0,83	Portogallo, Spagna, Svezia (posizionamento Italia: 14)
Racchette da tennis, anche senza corde	0,35%	6	0	11	4,08	Spagna, Stati Uniti, India (posizionamento Italia: 16)

Sport invernali

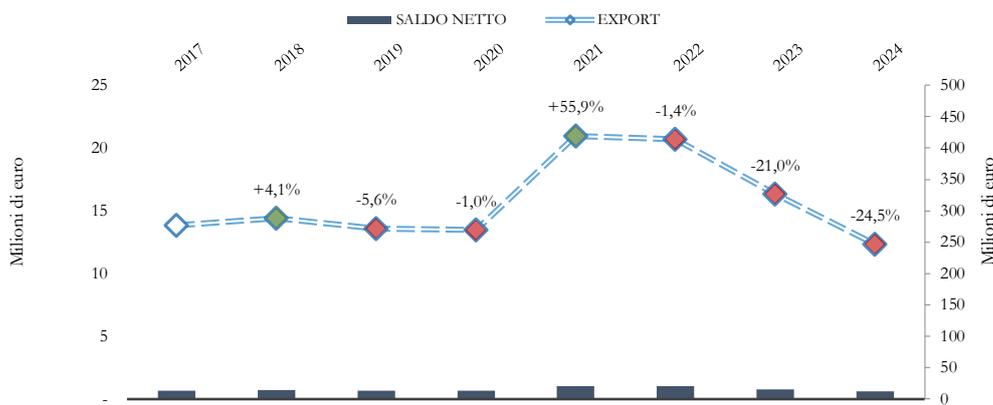
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attacchi per sci	4,64%	274	37	185	3,86	Austria, Francia, Emirati Arabi Uniti (posizionamento Italia: 8)
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	3,54%	86	3	20	1,44	Paesi Bassi, Francia, Estonia (posizionamento Italia: 7)
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	12,97%	1.798	299	489	0,94	Ungheria, Germania, Romania (posizionamento Italia: 3)
Calzature sci/surf neve, cuoio	12,34%	61	10	34	3,71	Spagna, Slovenia, Cina (posizionamento Italia: 2)
Sci da neve	1,90%	291	33	211	3,29	Spagna, Emirati Arabi Uniti, Bulgaria (posizionamento Italia: 11)
Tute da sci a maglia	0,63%	18	1	3	39,87	Marocco, Germania, Svezia (posizionamento Italia: 16)
Tute da sci non a maglia	5,73%	166	7	46	0,44	Francia, Polonia, Bosnia-Erzegovina (posizionamento Italia: 4)



Altro						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Bastoni, fruste e simili	0,49%	50	10	229	1,58	Francia, Spagna, Germania (posizionamento Italia: 11)
Bigliardi e accessori	2,57%	636	40	449	0,81	Stati Uniti, Portogallo, Francia (posizionamento Italia: 4)
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	2,99%	10.411	185	2.289	0,34	Polonia, Pakistan, Germania (posizionamento Italia: 9)
Palloni, alianti e deltaplani	0,47%	20	3	44	2,45	Polonia, Arabia Saudita, Svezia (posizionamento Italia: 17)
Paracadute e loro parti	1,08%	165	3	64	0,91	Polonia, Emirati Arabi Uniti, Austria (posizionamento Italia: 12)
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	4,96%	912	401	3.199	5,78	Francia, Polonia, Cina (posizionamento Italia: 2)

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'³² – Singapore

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



12

Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)

0,3%

Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024

5

Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)

44

Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

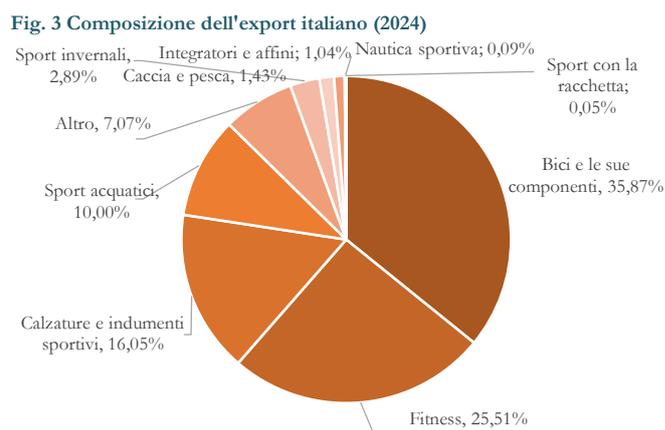
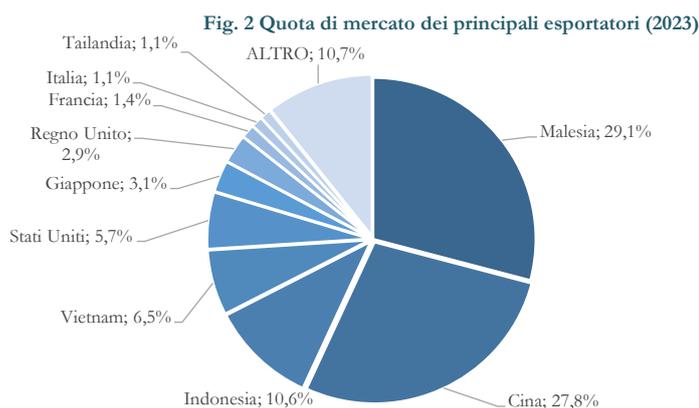
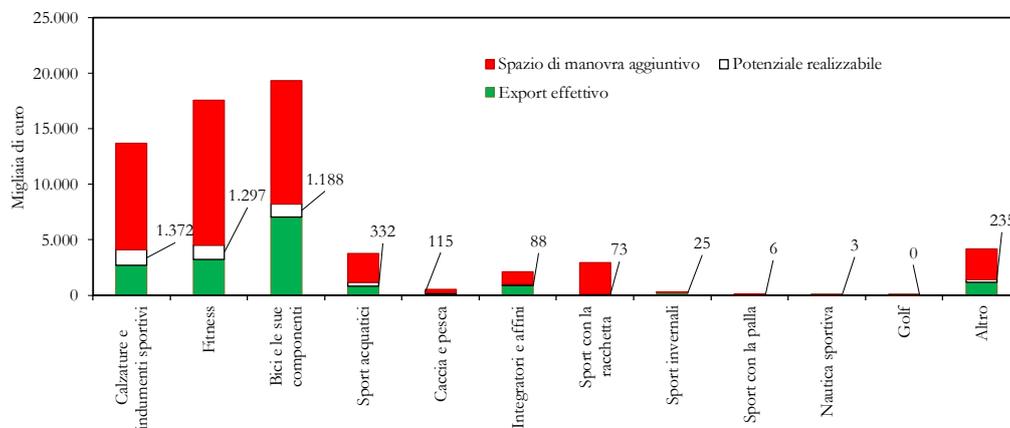


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



³² Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	4,62%	1.751	311	3.112	2,93	Germania, Regno Unito, Francia (posizionamento Italia: 6)
Cerchioni e raggi per velocipedi	0,17%	27	7	52	1,05	Giappone, Germania, Francia (posizionamento Italia: 8)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	0,01%	37	1	19	0,36	Germania, Francia, Hong Kong (posizionamento Italia: 11)
Mozzi e pignoni per velocipedi	0,05%	42	73	1.302	0,85	Stati Uniti, Taiwan, Danimarca (posizionamento Italia: 7)
Parti e accessori vari per velocipedi	2,40%	3.123	687	6.005	11,89	Cina, Germania, Giappone (posizionamento Italia: 6)
Pedali e pedaliera per velocipedi	0,43%	464	16	176	10,96	Giappone, Francia, Cina (posizionamento Italia: 4)
Selle per velocipedi	38,14%	363	69	95	1,42	Cina, Taiwan, Germania (posizionamento Italia: 1)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	15,51%	1.220	25	363	12,42	Cina, Germania, Regno Unito (posizionamento Italia: 3)

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	0,04%	19	7	144	1,68	Regno Unito, Svizzera, Polonia (posizionamento Italia: 15)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	6,97%	71	102	150	0,24	Regno Unito, Brasile, Germania (posizionamento Italia: 3)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	24,92%	51	7	5	2,60	Stati Uniti, Turchia, Australia (posizionamento Italia: 2)
Ami, anche con braccioli	-	-	-	-	-	-
Canne da pesca	-	-	-	-	-	-
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	-	-	-	-	-	-
Mulinelli pesca	-	-	-	-	-	-
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	-	-	-	-	-	-
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	-	-	-	-	-	-

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	0,08%	7	0	7	0,41	India, Stati Uniti, Regno Unito (posizionamento Italia: 13)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	2,68%	670	443	3.185	4,01	Cina, Austria, Giappone (posizionamento Italia: 5)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	0,45%	372	236	3.629	0,63	Francia, Cina, Regno Unito (posizionamento Italia: 10)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	2,44%	459	505	1.597	1,07	India, Cina, Giappone (posizionamento Italia: 6)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	4,44%	1.185	184	1.173	1,38	Giappone, Germania, Polonia (posizionamento Italia: 7)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	1,51%	23	4	39	2,41	Stati Uniti, Cina, Corea del Sud (posizionamento Italia: 11)



Fitness						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attrezzi sport/gioco, piscine e vasche	1,62%	1.386	780	7.144	1,67	Cina, Taiwan, Francia (posizionamento Italia: 6)
Tute donna altre materie (no maglia)	2,31%	497	47	232	1,09	Corea del Sud, Giappone, India (posizionamento Italia: 8)
Tute donna cotone (no maglia)	1,85%	238	66	941	0,93	Francia, Bangladesh, Cina (posizionamento Italia: 8)
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	0,94%	262	243	3.200	1,24	Francia, Thailandia, Cina (posizionamento Italia: 8)
Tute sportive a maglia cotone	4,60%	3	1	4	0,13	Cina, Francia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 6)
Tute sportive a maglia sintetiche	4,37%	44	9	90	0,23	Francia, Emirati Arabi Uniti, Danimarca (posizionamento Italia: 6)
Tute uomo altre materie (no maglia)	3,65%	174	60	258	0,51	India, Vietnam, Giappone (posizionamento Italia: 6)
Tute uomo cotone (no maglia)	1,18%	75	6	49	1,11	Grecia, India, Cina (posizionamento Italia: 7)
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	4,17%	573	85	1.116	1,56	Regno Unito, Cina, Pakistan (posizionamento Italia: 4)
Tute sportive a maglia altre materie	-	-	-	-	-	-
Golf						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Accessori golf, escl. palle e bastoni	0,025%	1	0	1	1,83	Sud Africa, Francia, Tonga (posizionamento Italia: 28)
Palle da golf	0,095%	9	0	11	0,48	Spagna, Germania, Francia (posizionamento Italia: 15)
Bastoni da golf completi	-	-	-	-	-	-
Integratori e affini						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Concentrati di proteine	0,12%	63	28	433	11,76	Francia, Spagna, Cina (posizionamento Italia: 18)
Medicamenti con vitamine, dosati	0,33%	828	58	666	1,55	Norvegia, Regno Unito, Belgio (posizionamento Italia: 26)
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	0,15%	21	3	36	3,61	Germania, Regno Unito, Taiwan (posizionamento Italia: 21)
Miscele di provitamine o vitamine	-	-	-	-	-	-
Peptoni, proteine e polvere di pelle	-	-	-	-	-	-
Nautica sportiva						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	2,69%	25	3	29	1,28	Polonia, Regno Unito, Stati Uniti (posizionamento Italia: 11)
Barche a vela <= 7,5 m	-	-	-	-	-	-



Sport acquatici							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	4,99%	574	148	1.095	1,08	Stati Uniti, Francia, Cina (posizionamento Italia: 3)	
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	3,79%	2	1	5	0,88	Slovacchia, Stati Uniti, Indonesia (posizionamento Italia: 5)	
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	0,64%	80	116	1.215	1,09	Cina, Portogallo, Polonia (posizionamento Italia: 11)	
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	0,16%	7	1	7	0,50	Francia, Regno Unito, India (posizionamento Italia: 15)	
Costumi donna (no maglia)	2,11%	43	33	171	0,32	Cina, Francia, India (posizionamento Italia: 4)	
Costumi uomo (no maglia)	5,59%	85	31	135	0,74	Francia, Indonesia, Cina (posizionamento Italia: 5)	
Tavole a vela	1,47%	27	1	13	0,88	Germania, Francia, Giappone (posizionamento Italia: 7)	
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	-	-	-	-	-		

Sport con la palla							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Palle sportive gonfiabili	0,52%	5	6	80	1,00	Cina, Turchia, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 10)	
Palle sportive, escl. gonfiabili	-	-	-	-	-		

Sport con la racchetta							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzatura per tennis tavolo	0,20%	4	0	4	1,97	Spagna, India, Regno Unito (posizionamento Italia: 19)	
Racchette badminton/simili, escl. tennis	0,07%	27	73	2.859	1,09	Francia, Stati Uniti, Cina (posizionamento Italia: 11)	
Palle da tennis	-	-	-	-	-		
Racchette da tennis, anche senza corde	-	-	-	-	-		

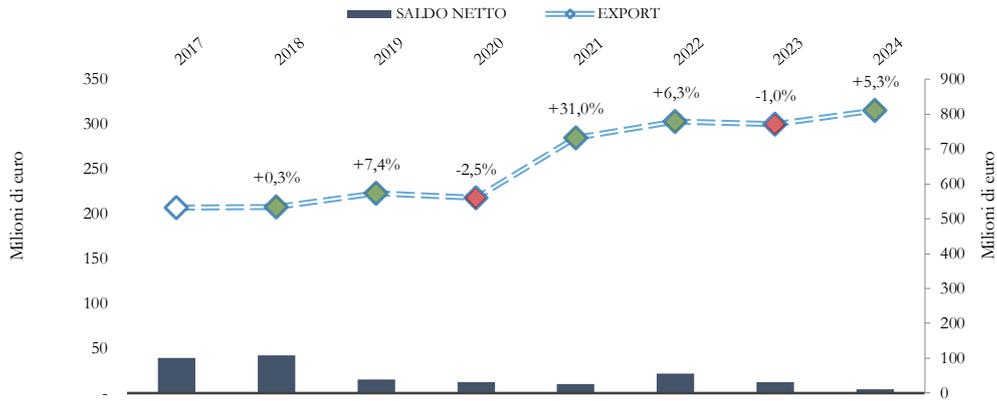
Sport invernali							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	0,58%	10	4	23	0,51	Francia, Emirati Arabi Uniti, Cechia (posizionamento Italia: 14)	
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	28,72%	203	19	32	1,14	Vietnam, Cina, Austria (posizionamento Italia: 2)	
Calzature sci/surf neve, cuoio	3,95%	3	1	5	0,55	Cina, Emirati Arabi Uniti, Regno Unito (posizionamento Italia: 5)	
Tute da sci non a maglia	3,15%	5	0	3	0,11	Germania, Spagna, Francia (posizionamento Italia: 10)	
Attacchi per sci	-	-	-	-	-		
Sci da neve	-	-	-	-	-		
Tute da sci a maglia	-	-	-	-	-		



Altro						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Bastoni, fruste e simili	0,09%	1	0	1	0,31	Germania, Corea del Sud, Regno Unito (posizionamento Italia: 15)
Bigliardi e accessori	3,60%	206	20	221	0,69	Francia, Giappone, Belgio (posizionamento Italia: 6)
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	2,11%	898	175	2.167	1,01	Corea del Sud, Francia, Regno Unito (posizionamento Italia: 12)
Palloni, alianti e deltaplani	7,24%	32	7	100	1,02	Francia, Thailandia, Finlandia (posizionamento Italia: 3)
Paracadute e loro parti	0,11%	2	0	3	0,37	Germania, India, Romania (posizionamento Italia: 22)
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	1,98%	46	32	256	1,71	Francia, Vietnam, Canada (posizionamento Italia: 4)

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'³³ – Spagna

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



316	Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)	6,7%	Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024
25	Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)	219	Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

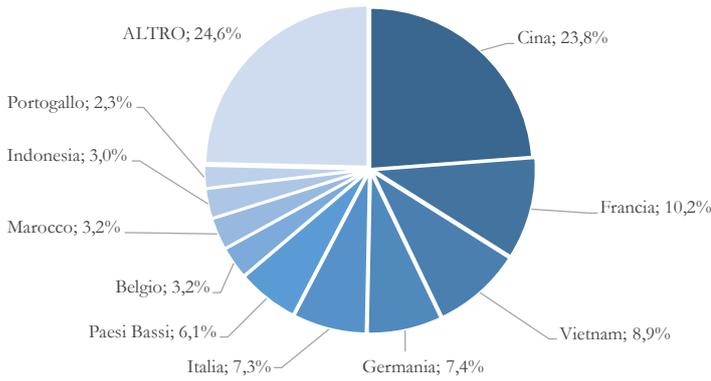


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

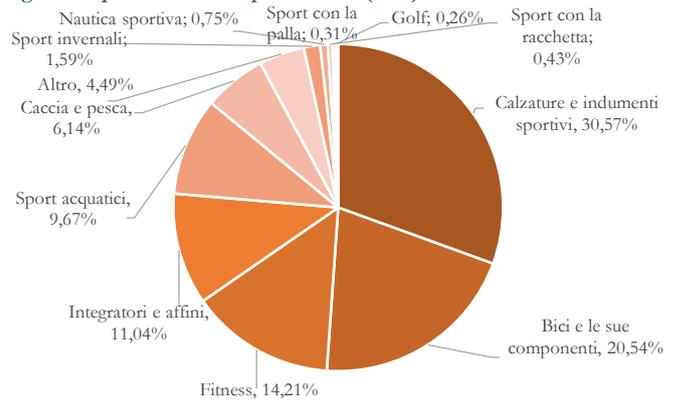
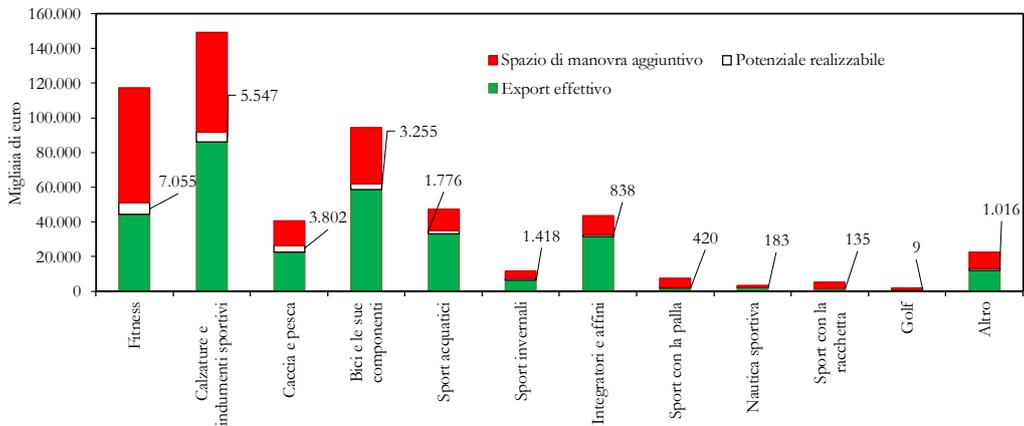


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



³³ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	12,81%	28.308	741	7.423	0,42	Germania, Francia, Portogallo (posizionamento Italia: 3)
Cerchioni e raggi per velocipedi	7,85%	1.215	212	1.505	0,57	Francia, Belgio, Cina (posizionamento Italia: 3)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	1,57%	810	56	1.602	0,73	Paesi Bassi, Germania, Francia (posizionamento Italia: 8)
Mozzi e pignoni per velocipedi	2,63%	874	56	1.003	0,81	Germania, Francia, Malaysia (posizionamento Italia: 7)
Parti e accessori vari per velocipedi	8,18%	15.943	597	5.221	1,00	Francia, Cina, Giappone (posizionamento Italia: 4)
Pedali e pedaliera per velocipedi	10,13%	5.002	293	3.181	1,23	Francia, Germania, Taiwan (posizionamento Italia: 3)
Selle per velocipedi	42,18%	4.310	499	688	1,28	Germania, Cina, Francia (posizionamento Italia: 1)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	1,35%	2.289	800	11.739	1,33	Germania, Francia, Vietnam (posizionamento Italia: 5)

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Ami, anche con braccioli	3,73%	222	8	229	2,00	Polonia, Portogallo, Corea del Sud (posizionamento Italia: 9)
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	4,60%	1.523	174	3.663	1,84	Francia, Cina, Portogallo (posizionamento Italia: 3)
Canne da pesca	3,15%	665	39	1.324	0,15	Francia, Germania, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 3)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	36,91%	4.169	1.162	1.716	0,90	Francia, Cecchia, Regno Unito (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	68,40%	4.778	272	203	2,22	Giappone, Belgio, Turchia (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	24,69%	2.682	274	1.260	3,54	Belgio, Germania, Finlandia (posizionamento Italia: 1)
Mulinelli pesca	3,36%	341	22	1.847	0,75	Polonia, Francia, Cina (posizionamento Italia: 4)
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	33,25%	7.711	1.841	3.737	1,37	Francia, Turchia, Cina (posizionamento Italia: 1)
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	2,52%	573	10	128	1,97	Germania, Francia, Danimarca (posizionamento Italia: 12)

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	4,86%	3.767	312	5.247	1,79	Francia, Paesi Bassi, Grecia (posizionamento Italia: 4)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	11,21%	12.403	885	6.359	2,31	Cina, Germania, Francia (posizionamento Italia: 3)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	4,13%	26.599	2.204	33.919	0,82	Germania, Belgio, Indonesia (posizionamento Italia: 7)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	22,71%	23.229	647	2.047	2,14	Belgio, Paesi Bassi, Francia (posizionamento Italia: 2)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	10,64%	17.195	1.408	8.993	2,09	Francia, Germania, Cina (posizionamento Italia: 3)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	30,41%	3.052	90	862	1,24	Cina, Francia, Belgio (posizionamento Italia: 1)



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/gioco, piscine e vasche	6,18%	18.050	5.763	52.789	3,68	Paesi Bassi, Germania, Cina (posizionamento Italia: 2)	
Tute donna altre materie (no maglia)	5,14%	1.521	133	656	0,68	Vietnam, Francia, India (posizionamento Italia: 6)	
Tute donna cotone (no maglia)	2,14%	3.831	358	5.104	1,02	Francia, Turchia, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 9)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	2,77%	7.052	92	1.213	4,43	Paesi Bassi, Germania, Francia (posizionamento Italia: 10)	
Tute sportive a maglia altre materie	5,80%	150	15	58	0,75	Francia, India, Cina (posizionamento Italia: 5)	
Tute sportive a maglia cotone	9,63%	3.015	85	503	0,46	Germania, Francia, Vietnam (posizionamento Italia: 5)	
Tute sportive a maglia sintetiche	4,12%	1.880	93	893	0,92	Francia, Indonesia, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 7)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	9,49%	337	17	75	3,87	Cina, Marocco, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 3)	
Tute uomo cotone (no maglia)	15,91%	4.944	315	2.525	1,01	Belgio, Cina, Turchia (posizionamento Italia: 1)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	4,98%	3.475	183	2.401	2,25	Francia, Germania, Bangladesh (posizionamento Italia: 6)	

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	4,319%	265	3	376	19,11	Francia, Stati Uniti, Regno Unito (posizionamento Italia: 6)	
Bastoni da golf completi	3,414%	509	5	510	0,70	Regno Unito, Germania, Cina (posizionamento Italia: 6)	
Palle da golf	2,379%	138	1	125	1,21	Regno Unito, Germania, Stati Uniti (posizionamento Italia: 8)	

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Concentrati di proteine	7,21%	11.774	320	5.022	1,90	Francia, Cechia, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 4)	
Medicamenti con vitamine, dosati	22,51%	13.451	326	3.746	4,00	Germania, Francia, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 2)	
Miscele di provitamine o vitamine	3,63%	1.486	39	301	1,45	Germania, Francia, Portogallo (posizionamento Italia: 5)	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	2,25%	2.599	60	796	0,67	Regno Unito, Germania, Stati Uniti (posizionamento Italia: 11)	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	3,40%	2.415	95	1.301	2,97	Polonia, Svizzera, Francia (posizionamento Italia: 8)	

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Barche a vela <= 7,5 m	24,72%	1.833	169	958	0,68	Paesi Bassi, Regno Unito, Belgio (posizionamento Italia: 1)	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	3,81%	374	14	162	1,30	Francia, Germania, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 9)	



Sport acquatici

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	7,97%	8.635	300	2.212	1,10	Francia, Paesi Bassi, Taiwan (posizionamento Italia: 3)
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	21,30%	328	29	120	1,26	Francia, Cina, Portogallo (posizionamento Italia: 1)
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	8,51%	40	2	17	7,25	Francia, Cina, Germania (posizionamento Italia: 5)
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	6,36%	9.548	553	5.804	1,56	Francia, Germania, Tunisia (posizionamento Italia: 3)
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	7,54%	1.611	121	794	1,56	Francia, Cina, Germania (posizionamento Italia: 4)
Costumi donna (no maglia)	6,87%	1.457	81	414	2,75	Francia, Cina, Andorra (posizionamento Italia: 4)
Costumi uomo (no maglia)	15,35%	11.274	676	2.944	3,29	Francia, Cina, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 2)
Tavole a vela	4,49%	192	14	156	1,52	Francia, Germania, Austria (posizionamento Italia: 6)

Sport con la palla

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Palle sportive gonfiabili	2,62%	1.566	364	4.513	0,78	Francia, Germania, Cina (posizionamento Italia: 6)
Palle sportive, escl. gonfiabili	3,76%	369	57	791	1,15	Germania, Francia, Thailandia (posizionamento Italia: 5)

Sport con la racchetta

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attrezzatura per tennis tavolo	1,22%	175	56	661	0,28	Polonia, Germania, Francia (posizionamento Italia: 6)
Palle da tennis	0,23%	18	5	238	0,89	Polonia, Germania, Grecia (posizionamento Italia: 13)
Racchette badminton/simili, escl. tennis	1,26%	1.243	70	2.773	0,49	Germania, Francia, Marocco (posizionamento Italia: 7)
Racchette da tennis, anche senza corde	0,51%	24	4	171	0,83	Paesi Bassi, Francia, Polonia (posizionamento Italia: 12)

Sport invernali

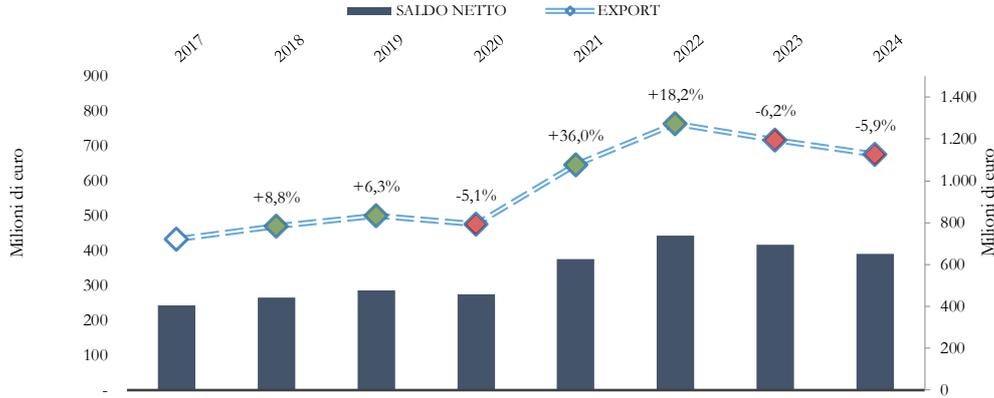
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attacchi per sci	17,62%	1.243	104	520	1,39	Francia, Germania, Austria (posizionamento Italia: 2)
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	10,01%	685	117	674	1,45	Francia, Paesi Bassi, Cina (posizionamento Italia: 4)
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	22,13%	2.868	1.014	1.658	1,04	Francia, Austria, Cechia (posizionamento Italia: 1)
Calzature sci/surf neve, cuoio	1,27%	0	0	1	0,88	Andorra, Belgio, Germania (posizionamento Italia: 12)
Sci da neve	7,17%	1.247	142	922	2,95	Germania, Cechia, Francia (posizionamento Italia: 7)
Tute da sci a maglia	1,94%	45	11	71	1,91	Paesi Bassi, Cina, Francia (posizionamento Italia: 6)
Tute da sci non a maglia	4,86%	201	30	200	1,23	Francia, Romania, Marocco (posizionamento Italia: 8)



Altro						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Bastoni, fruste e simili	1,97%	187	5	109	0,82	Paesi Bassi, Germania, Cechia (posizionamento Italia: 7)
Bigliardi e accessori	12,39%	504	50	563	10,17	Francia, Cina, Stati Uniti (posizionamento Italia: 2)
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	4,25%	7.597	286	3.528	1,80	Germania, Francia, Cechia (posizionamento Italia: 5)
Palloni, alianti e deltaplani	2,07%	29	1	12	4,10	Arabia Saudita, Cina, Regno Unito (posizionamento Italia: 9)
Paracadute e loro parti	0,96%	119	9	190	1,06	Cechia, Cina, Germania (posizionamento Italia: 10)
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	12,45%	3.546	666	5.306	2,72	Francia, Germania, Cina (posizionamento Italia: 2)

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'³⁴ - Stati Uniti

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



675	Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)	14,4%	Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024
133	Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)	555	Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

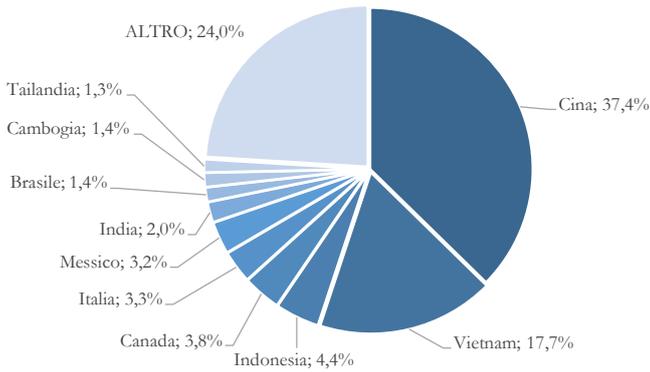


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

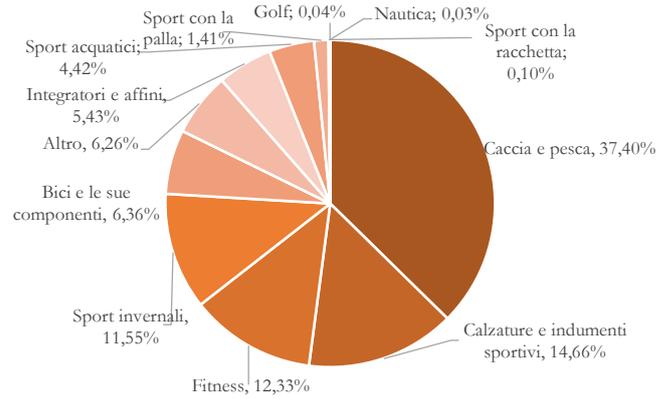
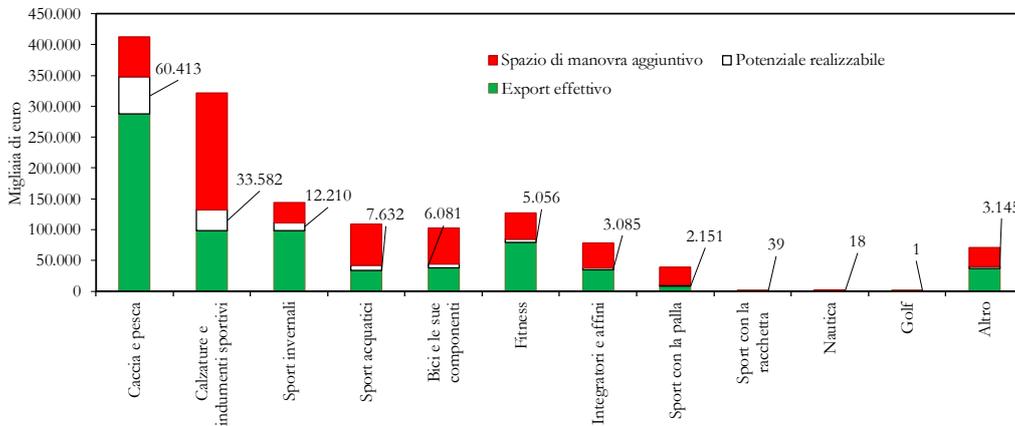


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



³⁴ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	0,52%	8.693	1.795	17.992	0,82	Regno Unito, Spagna, Indonesia (posizionamento Italia: 8)
Cerchioni e raggi per velocipedi	0,51%	175	16	112	1,97	Germania, Polonia, Regno Unito (posizionamento Italia: 14)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	0,73%	358	194	5.509	0,82	Regno Unito, Giappone, Germania (posizionamento Italia: 7)
Mozzi e pignoni per velocipedi	1,21%	616	136	2.433	1,49	Polonia, Giappone, Malaysia (posizionamento Italia: 7)
Parti e accessori vari per velocipedi	2,99%	10.580	2.112	18.462	6,29	Giappone, Polonia, Cina (posizionamento Italia: 4)
Pedali e pedalieri per velocipedi	2,37%	2.064	333	3.613	3,11	Cina, Giappone, Francia (posizionamento Italia: 6)
Selle per velocipedi	27,57%	5.627	865	1.191	1,55	Taiwan, Cina, Regno Unito (posizionamento Italia: 2)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	4,77%	10.063	632	9.264	1,42	Cina, Vietnam, Giappone (posizionamento Italia: 4)

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Ami, anche con braccioli	0,16%	126	10	281	2,88	Regno Unito, Danimarca, Francia (posizionamento Italia: 18)
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	0,17%	905	28	585	1,71	Regno Unito, Polonia, Indonesia (posizionamento Italia: 23)
Canne da pesca	0,08%	251	9	319	1,00	Tunisia, Regno Unito, Giappone (posizionamento Italia: 11)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	43,82%	41.612	5.323	7.859	1,05	Francia, Spagna, Regno Unito (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	48,54%	206.922	50.519	37.627	1,55	Turchia, Regno Unito, Brasile (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	6,15%	19.219	2.362	10.868	0,96	Giappone, Spagna, Finlandia (posizionamento Italia: 6)
Mulinelli pesca	0,07%	167	29	2.507	0,87	Regno Unito, Australia, Canada (posizionamento Italia: 13)
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	29,16%	18.112	2.130	4.324	1,73	Francia, Cina, Turchia (posizionamento Italia: 1)
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	0,08%	4	2	21	1,24	Spagna, Filippine, Giappone (posizionamento Italia: 22)

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	0,84%	700	12	209	1,15	Regno Unito, Emirati Arabi Uniti, Indonesia (posizionamento Italia: 7)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	1,99%	20.365	14.458	103.862	2,05	Cina, Bosnia-Erzegovina, Spagna (posizionamento Italia: 6)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	0,44%	12.314	354	5.449	1,19	India, Regno Unito, Cambogia (posizionamento Italia: 6)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	7,45%	51.630	12.401	39.219	0,88	Vietnam, Cina, Francia (posizionamento Italia: 3)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	2,25%	11.514	6.272	40.058	1,01	Giappone, Corea del Sud, Regno Unito (posizionamento Italia: 8)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	0,48%	1.675	85	807	3,93	Ungheria, Sri Lanka, India (posizionamento Italia: 14)



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/gioco, piscine e vasche	1,14%	33.994	1.336	12.235	1,06	Canada, Vietnam, Ungheria (posizionamento Italia: 6)	
Tute donna altre materie (no maglia)	11,34%	16.333	1.491	7.331	2,57	Vietnam, India, Regno Unito (posizionamento Italia: 3)	
Tute donna cotone (no maglia)	0,73%	3.013	173	2.466	2,62	Francia, Albania, Filippine (posizionamento Italia: 12)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	0,88%	7.675	1.051	13.829	6,79	Canada, India, Francia (posizionamento Italia: 13)	
Tute sportive a maglia altre materie	2,99%	141	29	111	1,72	Regno Unito, India, Polonia (posizionamento Italia: 10)	
Tute sportive a maglia cotone	3,46%	907	58	344	3,17	Francia, Egitto, Regno Unito (posizionamento Italia: 7)	
Tute sportive a maglia sintetiche	1,53%	730	17	162	7,26	Francia, Indonesia, Corea del Sud (posizionamento Italia: 8)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	18,64%	8.202	443	1.923	10,14	India, Cina, Francia (posizionamento Italia: 2)	
Tute uomo cotone (no maglia)	0,58%	1.307	366	2.937	6,30	Francia, India, Indonesia (posizionamento Italia: 15)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	1,55%	7.236	92	1.205	5,93	India, Polonia, Francia (posizionamento Italia: 10)	

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	0,009%	84	1	169	0,47	Sud Africa, Polonia, Belgio (posizionamento Italia: 26)	
Bastoni da golf completi	0,001%	6	0	19	0,64	Spagna, Norvegia, Polonia (posizionamento Italia: 32)	
Palle da golf	0,003%	8	0	6	0,65	Polonia, Paesi Bassi, Francia (posizionamento Italia: 27)	

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Concentrati di proteine	0,32%	869	29	461	2,12	Francia, India, Corea del Sud (posizionamento Italia: 20)	
Medicamenti con vitamine, dosati	1,55%	3.749	624	7.184	1,13	Austria, Francia, Nuova Zelanda (posizionamento Italia: 10)	
Miscele di provitamine o vitamine	0,06%	1	0	1	0,43	Ungheria, Cechia, Polonia (posizionamento Italia: 30)	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	2,31%	16.980	1.697	22.652	1,86	Nuova Zelanda, Corea del Sud, Belgio (posizionamento Italia: 10)	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	4,72%	13.115	735	10.114	254,97	India, Giappone, Norvegia (posizionamento Italia: 4)	

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Barche a vela <= 7,5 m	2,62%	425	17	94	0,93	Polonia, Danimarca, Nuova Zelanda (posizionamento Italia: 14)	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	0,44%	158	2	18	0,91	Polonia, Spagna, Turchia (posizionamento Italia: 19)	



Sport acquatici

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	2,81%	12.969	448	3.303	1,21	Canada, Thailandia, Polonia (posizionamento Italia: 5)
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	9,84%	631	137	568	6,14	Indonesia, Regno Unito, Cina (posizionamento Italia: 3)
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	1,89%	75	4	35	3,87	Indonesia, Cina, India (posizionamento Italia: 9)
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	1,04%	9.108	5.245	55.033	2,02	Regno Unito, Austria, Portogallo (posizionamento Italia: 8)
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	8,12%	1.649	199	1.303	11,64	Francia, Cina, Giappone (posizionamento Italia: 4)
Costumi donna (no maglia)	7,01%	2.690	362	1.862	3,89	Slovacchia, Indonesia, Vietnam (posizionamento Italia: 5)
Costumi uomo (no maglia)	3,60%	7.072	1.226	5.340	3,20	Indonesia, Francia, Slovacchia (posizionamento Italia: 6)
Tavole a vela	1,60%	101	11	120	1,71	Germania, Polonia, Francia (posizionamento Italia: 13)

Sport con la palla

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Palle sportive gonfiabili	0,98%	1.722	1.042	12.923	2,86	Indonesia, Repubblica dominicana, India (posizionamento Italia: 7)
Palle sportive, escl. gonfiabili	3,12%	6.425	1.109	15.525	3,50	Regno Unito, Taiwan, Polonia (posizionamento Italia: 6)

Sport con la racchetta

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attrezzatura per tennis tavolo	0,08%	65	23	270	0,30	Regno Unito, Spagna, Giappone (posizionamento Italia: 19)
Palle da tennis	0,01%	9	0	3	0,79	Corea del Sud, Polonia, Lussemburgo (posizionamento Italia: 23)
Racchette badminton/simili, escl. tennis	0,30%	143	6	246	0,93	Spagna, India, Messico (posizionamento Italia: 9)
Racchette da tennis, anche senza corde	0,49%	224	10	443	1,19	Francia, Germania, Spagna (posizionamento Italia: 10)

Sport invernali

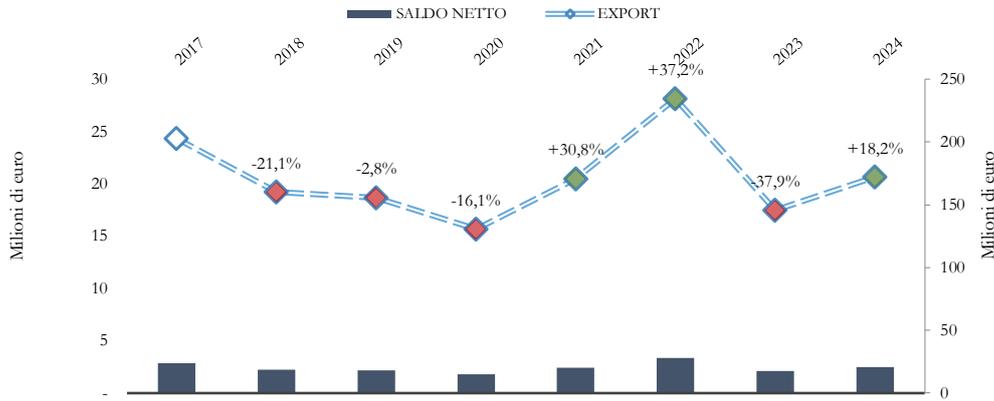
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attacchi per sci	7,50%	8.455	296	1.478	1,29	Romania, Francia, Cechia (posizionamento Italia: 7)
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	7,36%	2.228	187	1.075	0,69	Austria, Cina, Cechia (posizionamento Italia: 4)
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	28,15%	59.298	9.467	15.490	0,97	Cina, Francia, Ungheria (posizionamento Italia: 1)
Calzature sci/surf neve, cuoio	5,70%	263	142	512	2,02	Corea del Sud, Regno Unito, Slovenia (posizionamento Italia: 4)
Sci da neve	10,38%	27.372	1.896	12.279	1,30	Austria, Francia, Cina (posizionamento Italia: 3)
Tute da sci a maglia	2,21%	38	8	52	8,48	Germania, Regno Unito, Francia (posizionamento Italia: 8)
Tute da sci non a maglia	3,92%	1.198	214	1.443	25,87	Cina, Regno Unito, Vietnam (posizionamento Italia: 4)



Altro						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Bastoni, fruste e simili	0,33%	256	6	125	1,67	Regno Unito, India, Corea del Sud (posizionamento Italia: 12)
Bigliardi e accessori	1,23%	1.221	52	586	3,17	Spagna, Giappone, Canada (posizionamento Italia: 9)
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	1,37%	32.649	1.068	13.195	1,43	Cechia, Regno Unito, India (posizionamento Italia: 8)
Palloni, alianti e deltaplani	1,71%	159	10	141	1,60	India, Francia, Cechia (posizionamento Italia: 15)
Paracadute e loro parti	0,72%	456	18	392	2,19	Polonia, Austria, Thailandia (posizionamento Italia: 19)
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	1,49%	2.671	1.991	15.871	1,35	Thailandia, Regno Unito, Corea del Sud (posizionamento Italia: 7)

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'³⁵ – Sudafrica

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



21	Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)	0,4%	Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024
4	Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)	40	Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

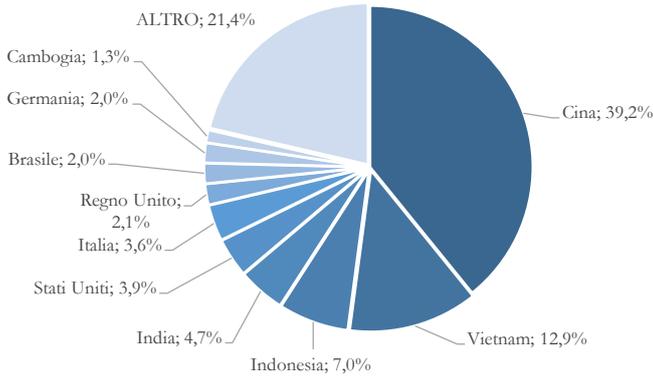


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

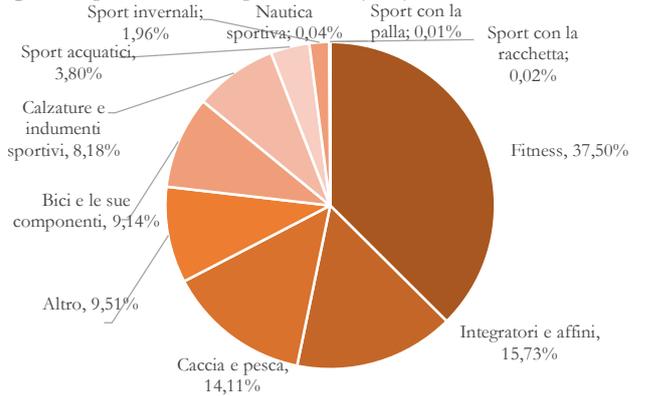
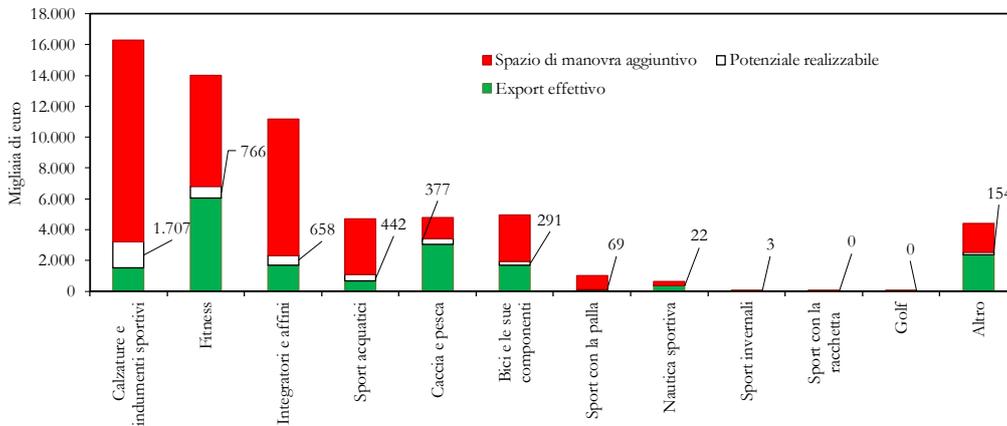


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



³⁵ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	2,25%	609	171	1.717	8,35	Spagna, Cina, Andorra (posizionamento Italia: 4)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	0,53%	14	4	128	6,93	Stati Uniti, Regno Unito, Spagna (posizionamento Italia: 13)
Mozzi e pignoni per velocipedi	6,52%	110	6	112	6,44	Giappone, Cina, Regno Unito (posizionamento Italia: 4)
Parti e accessori vari per velocipedi	5,87%	400	43	374	18,11	Cina, Stati Uniti, Romania (posizionamento Italia: 4)
Pedali e pedaliera per velocipedi	5,88%	135	15	167	28,57	Cina, Giappone, Francia (posizionamento Italia: 5)
Selle per velocipedi	18,05%	137	21	29	2,55	Cina, Romania, Taiwan (posizionamento Italia: 3)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	4,41%	271	30	438	17,76	Stati Uniti, Cina, Spagna (posizionamento Italia: 4)
Cerchioni e raggi per velocipedi	-	-	-	-	-	-

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Ami, anche con braccioli	0,69%	10	0	12	1,85	Polonia, Singapore, Kenya (posizionamento Italia: 14)
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	0,50%	23	16	344	1,30	Spagna, Canada, Polonia (posizionamento Italia: 17)
Canne da pesca	0,19%	10	0	15	2,51	India, Regno Unito, Canada (posizionamento Italia: 16)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	22,65%	899	127	188	0,93	Spagna, Regno Unito, Brasile (posizionamento Italia: 2)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	36,93%	994	75	56	4,53	Turchia, Belgio, Stati Uniti (posizionamento Italia: 2)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	9,46%	1.042	155	715	1,29	Brasile, Finlandia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 4)
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	6,99%	83	2	5	1,60	Turchia, Regno Unito, Cina (posizionamento Italia: 7)
Mulinelli pesca	-	-	-	-	-	-
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	-	-	-	-	-	-

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	0,44%	70	220	3.692	1,86	Cina, Indonesia, Corea del Sud (posizionamento Italia: 4)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	0,77%	341	552	3.963	1,24	Cina, India, Regno Unito (posizionamento Italia: 8)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	0,26%	99	104	1.593	0,94	Birmania, Spagna, India (posizionamento Italia: 7)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	1,22%	256	467	1.475	1,00	India, Cina, Portogallo (posizionamento Italia: 5)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	8,22%	691	361	2.305	1,10	Cina, Giappone, Portogallo (posizionamento Italia: 2)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	1,19%	50	5	47	6,55	Regno Unito, Cina, Sri Lanka (posizionamento Italia: 9)



Fitness						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attrezzi sport/ gioco, piscine e vasche	18,75%	5.470	516	4.730	7,37	Cina, Paesi Bassi, Francia (posizionamento Italia: 2)
Tute donna altre materie (no maglia)	2,07%	92	49	239	3,60	Francia, Cina, Svizzera (posizionamento Italia: 7)
Tute donna cotone (no maglia)	0,86%	58	21	302	4,64	Spagna, Lesotho, Cina (posizionamento Italia: 9)
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	1,22%	109	76	1.006	8,93	Cina, Swaziland, Turchia (posizionamento Italia: 6)
Tute sportive a maglia altre materie	0,30%	3	3	11	2,85	Spagna, Swaziland, Cina (posizionamento Italia: 7)
Tute sportive a maglia cotone	5,56%	80	11	67	1,08	Serbia, Cina, Vietnam (posizionamento Italia: 6)
Tute sportive a maglia sintetiche	0,36%	18	50	475	1,26	Hong Kong, Thailandia, Cina (posizionamento Italia: 10)
Tute uomo altre materie (no maglia)	6,52%	33	6	25	36,31	Regno Unito, Cina, Lesotho (posizionamento Italia: 4)
Tute uomo cotone (no maglia)	1,37%	45	18	148	12,60	Cina, Regno Unito, Arabia Saudita (posizionamento Italia: 9)
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	4,91%	141	15	194	1,82	Stati Uniti, Regno Unito, Francia (posizionamento Italia: 5)

Golf						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Bastoni da golf completi	0,009%	2	0	2	1,77	Francia, Singapore, Indonesia (posizionamento Italia: 19)
Accessori golf, escl. palle e bastoni	-	-	-	-	-	-
Palle da golf	-	-	-	-	-	-

Integratori e affini						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Concentrati di proteine	2,79%	160	16	249	2,38	Regno Unito, Paesi Bassi, Cina (posizionamento Italia: 7)
Medicamenti con vitamine, dosati	0,39%	54	7	75	2,47	Cina, Polonia, Regno Unito (posizionamento Italia: 17)
Peptoni, proteine e polvere di pelle	3,82%	1.435	594	7.929	1,37	Cina, Brasile, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 3)
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	0,34%	28	42	579	6,61	Regno Unito, Grecia, Germania (posizionamento Italia: 11)
Miscele di provitamine o vitamine	-	-	-	-	-	-

Nautica sportiva						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	23,46%	371	22	246	15,55	Portogallo, Cina, Sri Lanka (posizionamento Italia: 2)
Barche a vela <= 7,5 m	-	-	-	-	-	-



Sport acquatici							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	13,04%	383	65	480	2,72	Cina, Bulgaria, Taiwan (posizionamento Italia: 2)	
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	0,59%	1	0	2	1,25	Spagna, Stati Uniti, Danimarca (posizionamento Italia: 9)	
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	4,18%	4	0	4	2,13	Marocco, Cina, Regno Unito (posizionamento Italia: 5)	
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	1,07%	116	225	2.360	1,26	Portogallo, Regno Unito, Cina (posizionamento Italia: 5)	
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	1,14%	20	23	151	1,37	Portogallo, Cina, Cambogia (posizionamento Italia: 8)	
Costumi donna (no maglia)	1,99%	34	57	293	1,02	Cina, Spagna, Slovacchia (posizionamento Italia: 5)	
Costumi uomo (no maglia)	3,64%	115	72	312	0,82	Cina, Indonesia, Portogallo (posizionamento Italia: 3)	
Tavole a vela	-	-	-	-	-		

Sport con la palla							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Palle sportive gonfiabili	0,27%	74	69	860	2,83	Hong Kong, Spagna, Macedonia del Nord (posizionamento Italia: 10)	
Palle sportive, escl. gonfiabili	-	-	-	-	-		

Sport con la racchetta							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Racchette badminton/simili, escl. tennis	0,11%	1	0	3	4,01	Regno Unito, Corea del Sud, Botswana (posizionamento Italia: 20)	
Racchette da tennis, anche senza corde	0,06%	1	0	2	1,48	Marocco, Regno Unito, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 22)	
Attrezzatura per tennis tavolo	-	-	-	-	-		
Palle da tennis	-	-	-	-	-		

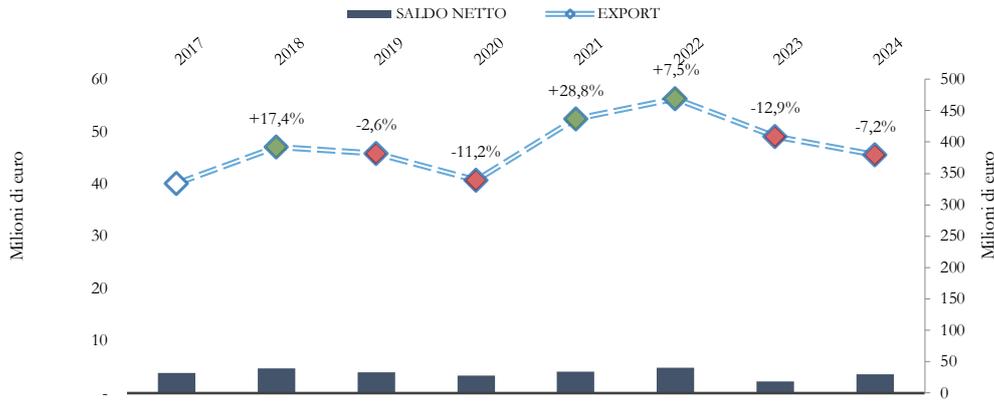
Sport invernali							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Sci da neve	7,90%	10	1	9	1,38	Regno Unito, Spagna, Stati Uniti (posizionamento Italia: 5)	
Tute da sci non a maglia	5,38%	3	1	9	0,70	Cina, Spagna, Portogallo (posizionamento Italia: 4)	
Attacchi per sci	-	-	-	-	-		
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	-	-	-	-	-		
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	-	-	-	-	-		
Calzature sci/surf neve, cuoio	-	-	-	-	-		
Tute da sci a maglia	-	-	-	-	-		



Altro						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Bastoni, fruste e simili	10,20%	3	0	8	1,41	Cina, Canada, Regno Unito (posizionamento Italia: 2)
Bigliardi e accessori	1,40%	30	16	178	3,88	Regno Unito, Portogallo, Belgio (posizionamento Italia: 5)
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	9,92%	2.304	136	1.679	1,18	Cina, India, Vietnam (posizionamento Italia: 3)
Paracadute e loro parti	0,99%	8	1	25	0,49	Sri Lanka, Ucraina, Taiwan (posizionamento Italia: 11)
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	2,76%	22	1	9	1,62	Vietnam, Svezia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 5)
Palloni, alianti e deltaplani	-	-	-	-	-	-

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'³⁶ – Svezia

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



46	Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)	1,0%	Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024
5	Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)	27	Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

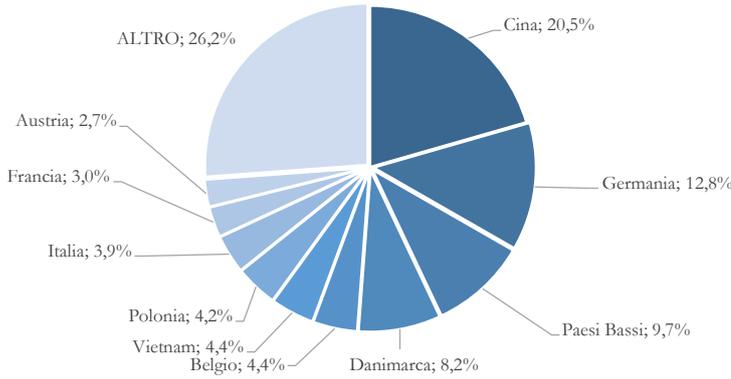


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

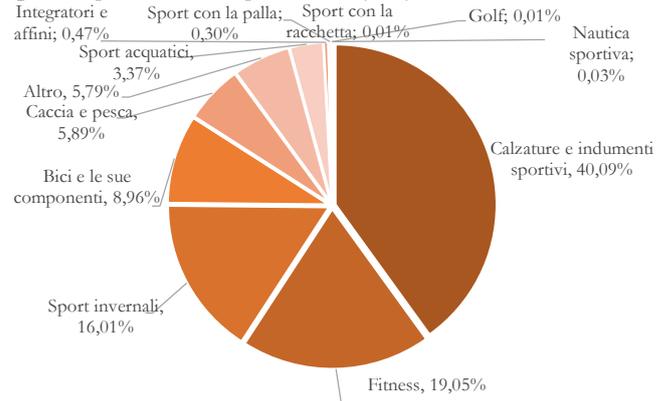
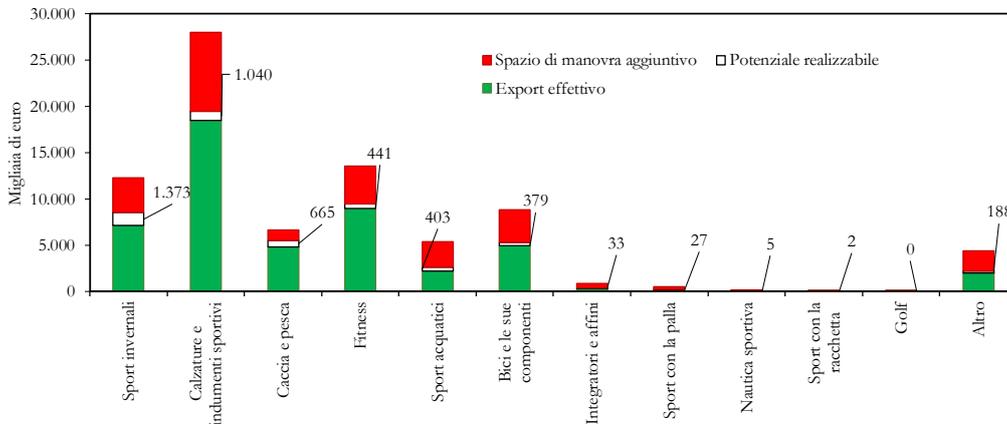


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



³⁶ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	2,93%	3.176	216	2.169	2,97	Francia, Danimarca, Belgio (posizionamento Italia: 9)
Cerchioni e raggi per velocipedi	2,17%	77	9	64	2,39	Finlandia, Polonia, Singapore (posizionamento Italia: 8)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	3,18%	66	3	90	0,69	Giappone, Taiwan, Francia (posizionamento Italia: 9)
Mozzi e pignoni per velocipedi	0,25%	30	5	95	1,03	Francia, Regno Unito, Giappone (posizionamento Italia: 14)
Parti e accessori vari per velocipedi	2,34%	887	63	548	1,16	Giappone, Polonia, Danimarca (posizionamento Italia: 8)
Pedali e pedaliera per velocipedi	1,86%	78	19	203	7,19	Giappone, Paesi Bassi, Francia (posizionamento Italia: 8)
Selle per velocipedi	33,51%	393	48	66	1,06	Cina, Spagna, Vietnam (posizionamento Italia: 1)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	1,63%	234	16	234	1,77	Germania, Danimarca, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 7)

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Ami, anche con braccioli	0,40%	12	1	18	2,94	Paesi Bassi, Francia, Spagna (posizionamento Italia: 22)
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	0,53%	97	1	30	1,35	Francia, Germania, Giappone (posizionamento Italia: 17)
Canne da pesca	0,23%	38	1	51	3,79	Giappone, Francia, Germania (posizionamento Italia: 16)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	18,87%	1.076	213	315	1,53	Regno Unito, Spagna, Francia (posizionamento Italia: 2)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	51,33%	2.031	289	216	2,64	Turchia, Regno Unito, Germania (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	14,51%	1.422	76	348	0,98	Germania, Cechia, Finlandia (posizionamento Italia: 4)
Mulinelli pesca	0,06%	6	0	13	1,67	Francia, Giappone, Canada (posizionamento Italia: 19)
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	4,68%	138	83	168	0,77	Turchia, Francia, Cechia (posizionamento Italia: 6)
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	1,43%	10	0	4	0,68	Paesi Bassi, Thailandia, Giappone (posizionamento Italia: 7)

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	33,40%	4.227	88	1.485	4,64	Spagna, Danimarca, Cina (posizionamento Italia: 1)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	2,68%	1.151	124	889	1,89	Cina, Danimarca, Giappone (posizionamento Italia: 7)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	0,87%	1.138	158	2.425	0,73	Regno Unito, Norvegia, Francia (posizionamento Italia: 13)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	17,12%	3.557	211	666	1,13	Germania, Paesi Bassi, Indonesia (posizionamento Italia: 2)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	12,18%	8.012	431	2.750	1,75	Germania, Cina, Giappone (posizionamento Italia: 3)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	7,40%	365	29	278	2,52	Polonia, Francia, Cina (posizionamento Italia: 5)



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/ gioco, piscine e vasche	5,73%	6.870	290	2.659	1,49	Danimarca, Finlandia, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 5)	
Tute donna altre materie (no maglia)	1,43%	66	10	50	1,06	Vietnam, Regno Unito, Romania (posizionamento Italia: 14)	
Tute donna cotone (no maglia)	1,56%	122	12	164	1,30	Danimarca, Lettonia, Turchia (posizionamento Italia: 13)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	1,53%	432	41	539	1,34	Francia, Danimarca, Bosnia-Erzegovina (posizionamento Italia: 14)	
Tute sportive a maglia altre materie	1,35%	10	7	26	0,76	Spagna, Regno Unito, Danimarca (posizionamento Italia: 8)	
Tute sportive a maglia cotone	6,93%	197	26	153	0,80	Cina, Germania, Turchia (posizionamento Italia: 4)	
Tute sportive a maglia sintetiche	4,24%	138	4	41	0,76	Belgio, Polonia, Danimarca (posizionamento Italia: 6)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	1,26%	31	3	13	3,16	Bulgaria, Serbia, India (posizionamento Italia: 17)	
Tute uomo cotone (no maglia)	2,29%	324	24	196	2,16	Paesi Bassi, Danimarca, Regno Unito (posizionamento Italia: 12)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	2,06%	793	24	309	1,49	Germania, Danimarca, Regno Unito (posizionamento Italia: 12)	

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	0,082%	9	0	7	1,35	Polonia, Francia, Malaysia (posizionamento Italia: 23)	
Palle da golf	0,009%	0	0	0	2,04	Spagna, Hong Kong, Giappone (posizionamento Italia: 25)	
Bastoni da golf completi	-	-	-	-	-		

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Concentrati di proteine	0,29%	72	16	256	1,56	Polonia, Irlanda, Spagna (posizionamento Italia: 21)	
Medicamenti con vitamine, dosati	0,07%	20	4	46	1,60	Canada, Belgio, Spagna (posizionamento Italia: 21)	
Miscele di provitamine o vitamine	0,04%	0	0	2	1,45	Andorra, Portogallo, Lussemburgo (posizionamento Italia: 31)	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	0,09%	23	5	67	0,66	Svizzera, Spagna, Estonia (posizionamento Italia: 19)	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	4,80%	197	8	104	16,66	Finlandia, Germania, Regno Unito (posizionamento Italia: 10)	

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Barche a vela <= 7,5 m	3,34%	40	3	19	17,36	Portogallo, Paesi Bassi, Francia (posizionamento Italia: 7)	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	0,90%	21	1	16	0,78	Stati Uniti, Spagna, Regno Unito (posizionamento Italia: 13)	



Sport acquatici						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	1,97%	403	237	1.747	2,13	Polonia, Francia, Regno Unito (posizionamento Italia: 8)
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	3,94%	64	3	13	4,39	Danimarca, Indonesia, Romania (posizionamento Italia: 5)
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	0,13%	1	0	0	0,98	Polonia, Francia, Brasile (posizionamento Italia: 27)
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	1,29%	594	51	530	1,28	Turchia, Belgio, Danimarca (posizionamento Italia: 14)
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	3,77%	89	7	48	0,94	Stati Uniti, Danimarca, Belgio (posizionamento Italia: 8)
Costumi donna (no maglia)	4,53%	106	4	22	0,99	Francia, Romania, Germania (posizionamento Italia: 8)
Costumi uomo (no maglia)	10,99%	933	100	437	4,11	Danimarca, Turchia, Cina (posizionamento Italia: 3)
Tavole a vela	0,22%	2	0	4	1,86	Spagna, Paesi Bassi, Stati Uniti (posizionamento Italia: 20)

Sport con la palla						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Palle sportive gonfiabili	1,52%	122	27	330	0,67	Finlandia, Spagna, Belgio (posizionamento Italia: 9)
Palle sportive, escl. gonfiabili	0,91%	36	1	8	0,74	Regno Unito, Polonia, Belgio (posizionamento Italia: 17)

Sport con la racchetta						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attrezzatura per tennis tavolo	0,20%	15	1	10	0,34	Spagna, Belgio, Irlanda (posizionamento Italia: 22)
Palle da tennis	0,02%	1	0	2	1,03	Cechia, Polonia, Hong Kong (posizionamento Italia: 21)
Racchette badminton/simili, escl. tennis	0,01%	0	0	2	1,94	Belgio, Regno Unito, Romania (posizionamento Italia: 24)
Racchette da tennis, anche senza corde	0,12%	2	1	36	1,05	Polonia, Giappone, Francia (posizionamento Italia: 18)

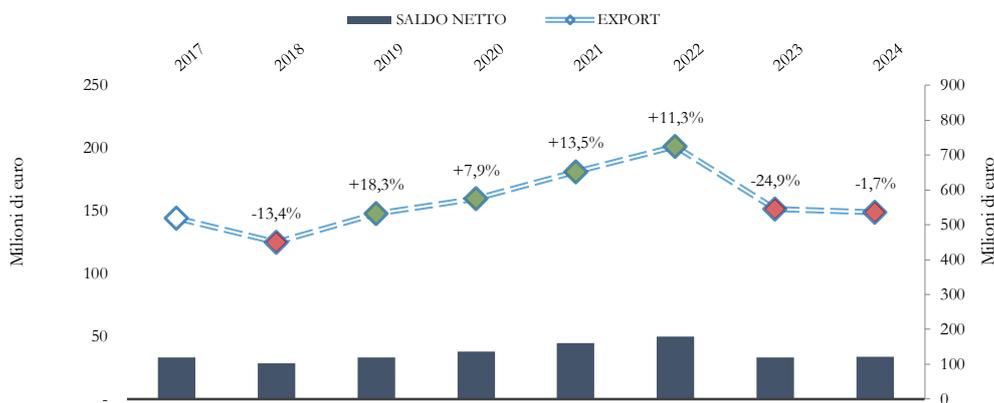
Sport invernali						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attacchi per sci	7,03%	579	135	673	1,75	Norvegia, Austria, Svizzera (posizionamento Italia: 4)
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	5,40%	383	50	290	0,88	Austria, Germania, Francia (posizionamento Italia: 5)
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	16,62%	3.575	983	1.608	0,73	Austria, Bosnia-Erzegovina, Francia (posizionamento Italia: 2)
Calzature sci/surf neve, cuoio	19,72%	1.337	58	209	0,78	Regno Unito, Norvegia, Francia (posizionamento Italia: 3)
Sci da neve	4,28%	1.234	144	930	0,91	Francia, Cechia, Germania (posizionamento Italia: 6)
Tute da sci a maglia	1,98%	5	0	3	0,94	Francia, Germania, Turchia (posizionamento Italia: 13)
Tute da sci non a maglia	0,39%	21	3	20	0,86	Francia, Bulgaria, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 17)



Altro						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Bastoni, fruste e simili	3,10%	77	1	13	1,12	Regno Unito, Paesi Bassi, Spagna (posizionamento Italia: 7)
Bigliardi e accessori	2,38%	13	1	13	1,11	Belgio, Finlandia, Spagna (posizionamento Italia: 8)
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	1,46%	1.712	151	1.860	1,40	Francia, Bosnia-Erzegovina, Spagna (posizionamento Italia: 13)
Palloni, alianti e deltaplani	10,24%	39	6	87	22,31	Arabia Saudita, Stati Uniti, Regno Unito (posizionamento Italia: 2)
Paracadute e loro parti	0,39%	10	1	11	0,76	Slovenia, Francia, Austria (posizionamento Italia: 17)
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	1,90%	149	29	233	0,55	Thailandia, Germania, Francia (posizionamento Italia: 8)

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'³⁷ – Svizzera

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



149

Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)

3,2%

Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024

18

Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)

148

Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

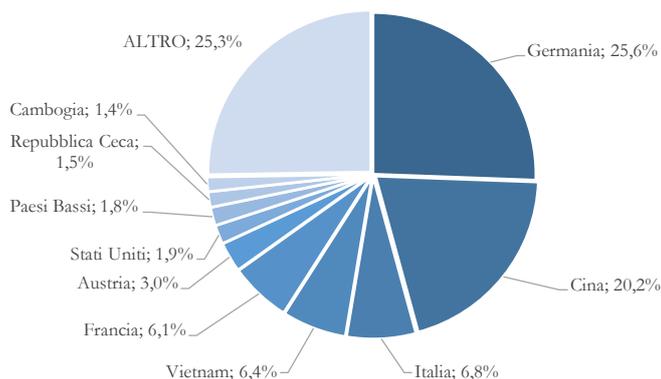


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

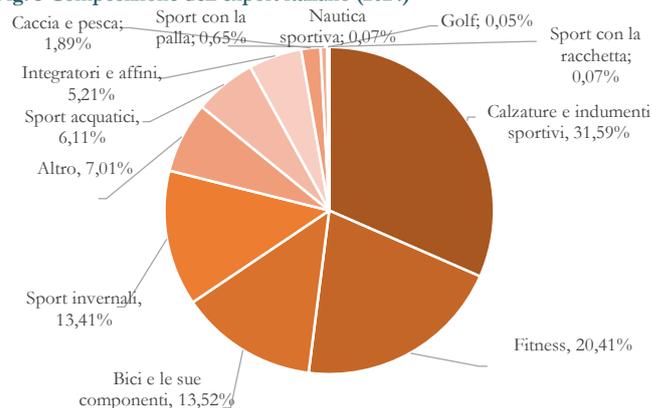
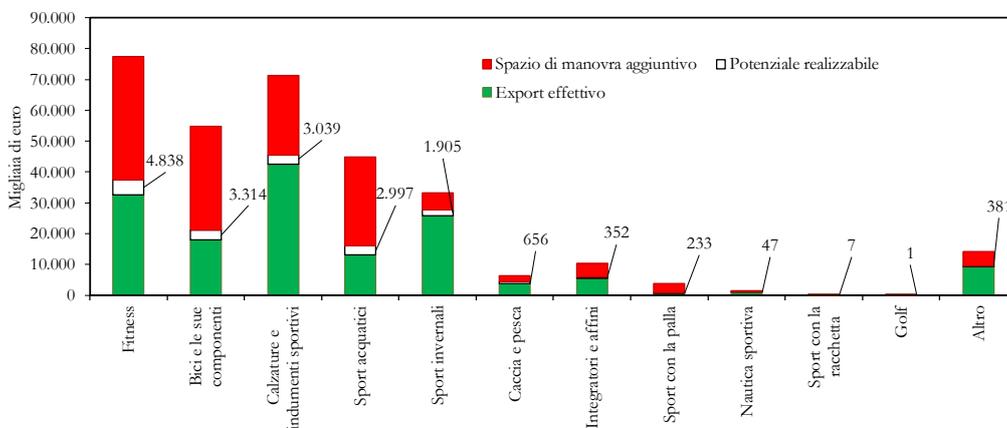


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



³⁷ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	3,96%	8.153	2.177	21.817	1,13	Germania, Cina, Francia (posizionamento Italia: 5)
Cerchioni e raggi per velocipedi	2,99%	121	11	76	2,21	Regno Unito, Belgio, Francia (posizionamento Italia: 10)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	3,68%	979	109	3.092	1,19	Germania, Giappone, Cina (posizionamento Italia: 6)
Mozzi e pignoni per velocipedi	0,86%	160	67	1.197	3,35	Polonia, Regno Unito, Giappone (posizionamento Italia: 10)
Parti e accessori vari per velocipedi	4,54%	5.207	658	5.752	1,36	Polonia, Germania, Cina (posizionamento Italia: 5)
Pedali e pedaliera per velocipedi	1,89%	478	45	484	4,09	Francia, Malaysia, Cina (posizionamento Italia: 7)
Selle per velocipedi	37,74%	1.363	186	256	0,43	Germania, Regno Unito, Taiwan (posizionamento Italia: 1)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	2,30%	1.484	63	925	1,03	Germania, Stati Uniti, Francia (posizionamento Italia: 6)

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Ami, anche con braccioli	1,52%	9	1	16	0,69	Romania, Paesi Bassi, Francia (posizionamento Italia: 11)
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	4,92%	238	11	226	0,97	Francia, Germania, Giappone (posizionamento Italia: 5)
Canne da pesca	1,95%	41	0	16	1,13	Paesi Bassi, Austria, Stati Uniti (posizionamento Italia: 8)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	40,54%	1.038	122	180	0,41	Francia, Germania, Brasile (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	49,16%	1.398	230	172	0,39	Regno Unito, Germania, Spagna (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	8,03%	1.025	290	1.332	1,08	Stati Uniti, Spagna, Finlandia (posizionamento Italia: 4)
Mulinelli pesca	0,45%	3	0	2	0,78	Polonia, Australia, Francia (posizionamento Italia: 14)
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	0,49%	3	2	4	0,92	Slovenia, Paesi Bassi, Francia (posizionamento Italia: 17)
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	3,64%	3	0	4	1,01	Francia, Cina, Spagna (posizionamento Italia: 6)

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	16,90%	988	19	312	2,45	Francia, Germania, Cina (posizionamento Italia: 3)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	5,23%	3.261	378	2.714	1,58	Francia, Cina, Giappone (posizionamento Italia: 6)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	9,70%	23.024	825	12.692	3,38	Germania, Francia, Cina (posizionamento Italia: 4)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	37,73%	10.437	516	1.631	1,32	Germania, Cina, Francia (posizionamento Italia: 1)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	6,73%	4.610	1.265	8.078	1,10	Francia, Germania, Cina (posizionamento Italia: 3)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	3,66%	231	37	358	1,26	Germania, Francia, Cina (posizionamento Italia: 7)



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/gioco, piscine e vasche	8,07%	10.580	1.831	16.770	1,48	Germania, Ungheria, Cina (posizionamento Italia: 3)	
Tute donna altre materie (no maglia)	39,03%	9.500	780	3.833	12,54	Francia, Germania, Cina (posizionamento Italia: 1)	
Tute donna cotone (no maglia)	7,68%	1.133	71	1.016	1,63	Germania, India, Francia (posizionamento Italia: 4)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	6,68%	5.114	735	9.677	2,64	Germania, Francia, Cina (posizionamento Italia: 3)	
Tute sportive a maglia altre materie	29,25%	190	17	62	3,84	Spagna, Cina, Francia (posizionamento Italia: 1)	
Tute sportive a maglia cotone	4,25%	412	22	130	0,78	Francia, Vietnam, Malaysia (posizionamento Italia: 9)	
Tute sportive a maglia sintetiche	6,22%	435	54	514	1,86	Francia, Germania, Cina (posizionamento Italia: 5)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	10,19%	1.570	1.038	4.504	3,24	Francia, Germania, Romania (posizionamento Italia: 2)	
Tute uomo cotone (no maglia)	14,54%	850	60	480	4,63	Francia, Germania, Cina (posizionamento Italia: 1)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	8,75%	2.769	231	3.034	2,93	Germania, Cina, Slovacchia (posizionamento Italia: 3)	

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	1,065%	79	0	36	2,30	Austria, Giappone, Svezia (posizionamento Italia: 12)	
Bastoni da golf completi	0,112%	21	0	21	0,96	Francia, Hong Kong, Irlanda (posizionamento Italia: 14)	
Palle da golf	0,168%	8	0	85	0,88	Austria, Spagna, Corea del Sud (posizionamento Italia: 16)	

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Concentrati di proteine	3,53%	784	53	831	7,03	Francia, Paesi Bassi, Belgio (posizionamento Italia: 6)	
Medicamenti con vitamine, dosati	4,54%	3.329	207	2.379	0,88	Francia, Irlanda, Germania (posizionamento Italia: 4)	
Miscele di provitamine o vitamine	0,96%	54	6	43	0,75	Regno Unito, Cina, Spagna (posizionamento Italia: 12)	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	0,97%	573	32	422	2,05	Regno Unito, Brasile, Cina (posizionamento Italia: 13)	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	8,56%	776	55	757	0,14	Francia, Paesi Bassi, Germania (posizionamento Italia: 4)	

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Barche a vela <= 7,5 m	12,56%	865	20	111	1,43	Regno Unito, Francia, Australia (posizionamento Italia: 3)	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	8,56%	203	27	306	1,29	Germania, Francia, Sri Lanka (posizionamento Italia: 3)	



Sport acquatici						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	5,22%	1.586	158	1.162	0,68	Germania, Francia, Taiwan (posizionamento Italia: 3)
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	26,39%	178	17	70	1,63	Francia, Cina, Romania (posizionamento Italia: 1)
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	17,64%	11	0	2	2,82	Stati Uniti, Francia, Cina (posizionamento Italia: 3)
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	4,30%	6.452	2.409	25.274	2,43	Germania, Francia, Cina (posizionamento Italia: 3)
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	8,78%	508	86	565	1,65	Francia, Germania, Cina (posizionamento Italia: 3)
Costumi donna (no maglia)	21,30%	1.432	132	676	3,18	Francia, Cina, Germania (posizionamento Italia: 1)
Costumi uomo (no maglia)	30,24%	2.902	187	815	6,59	Germania, Francia, Cina (posizionamento Italia: 1)
Tavole a vela	3,61%	41	9	95	0,63	Germania, Francia, Sri Lanka (posizionamento Italia: 5)

Sport con la palla						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Palle sportive gonfiabili	3,10%	536	210	2.602	0,59	Germania, Francia, Cina (posizionamento Italia: 5)
Palle sportive, escl. gonfiabili	4,46%	143	23	325	0,47	Germania, Polonia, Francia (posizionamento Italia: 3)

Sport con la racchetta						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attrezzatura per tennis tavolo	0,82%	8	2	23	1,24	Spagna, Polonia, Francia (posizionamento Italia: 7)
Racchette badminton/simili, escl. tennis	0,52%	10	5	182	0,36	Paesi Bassi, Spagna, Stati Uniti (posizionamento Italia: 10)
Racchette da tennis, anche senza corde	0,42%	31	0	6	0,58	Stati Uniti, Cechia, Taiwan (posizionamento Italia: 11)
Palle da tennis	-	-	-	-	-	-

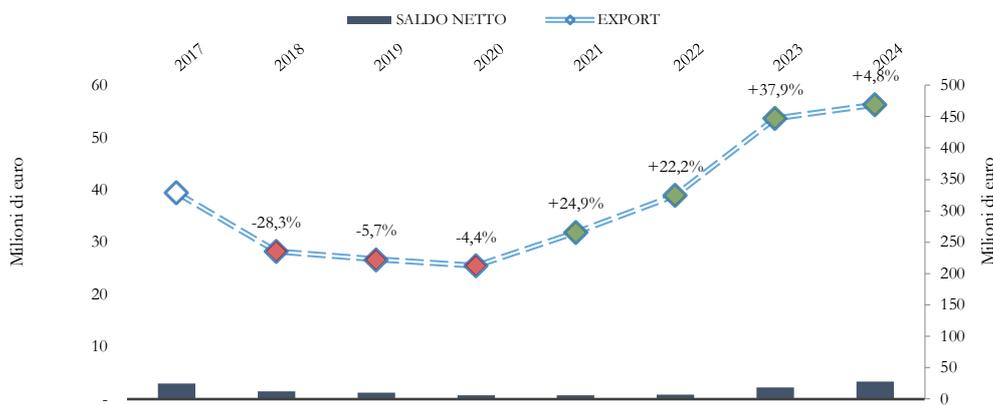
Sport invernali						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Attacchi per sci	10,30%	2.730	155	773	3,83	Cechia, Germania, Cina (posizionamento Italia: 6)
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	9,19%	1.098	115	660	0,51	Germania, Francia, Austria (posizionamento Italia: 4)
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	21,59%	13.050	1.313	2.149	1,59	Cechia, Ungheria, Romania (posizionamento Italia: 2)
Calzature sci/surf neve, cuoio	14,19%	334	37	132	5,38	Regno Unito, Austria, Germania (posizionamento Italia: 3)
Sci da neve	6,17%	6.357	130	844	3,46	Spagna, Cina, Cechia (posizionamento Italia: 6)
Tute da sci a maglia	10,70%	51	8	49	0,95	Cina, Germania, Francia (posizionamento Italia: 3)
Tute da sci non a maglia	18,44%	2.107	147	991	4,88	Germania, Cina, Francia (posizionamento Italia: 2)



Altro							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Bastoni, fruste e simili	5,26%	153	4	96	0,43	Cechia, Francia, Germania (posizionamento Italia: 5)	
Bigliardi e accessori	7,13%	153	15	167	0,42	Stati Uniti, Francia, Polonia (posizionamento Italia: 6)	
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	4,94%	8.088	288	3.555	0,94	Austria, Francia, Germania (posizionamento Italia: 5)	
Palloni, alianti e deltaplani	3,90%	115	14	199	0,82	Cechia, Regno Unito, Slovenia (posizionamento Italia: 6)	
Paracadute e loro parti	1,68%	195	4	96	0,46	Austria, Corea del Sud, Regno Unito (posizionamento Italia: 14)	
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	8,75%	515	55	437	5,75	Regno Unito, Thailandia, Germania (posizionamento Italia: 3)	

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'³⁸ – Turchia

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



56

Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)

1,2%

Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024

6

Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)

43

Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

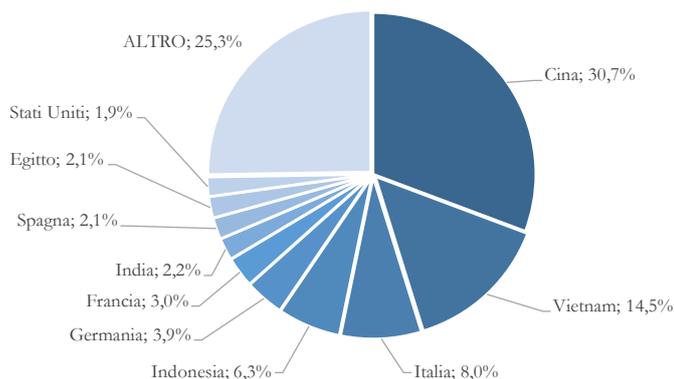


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

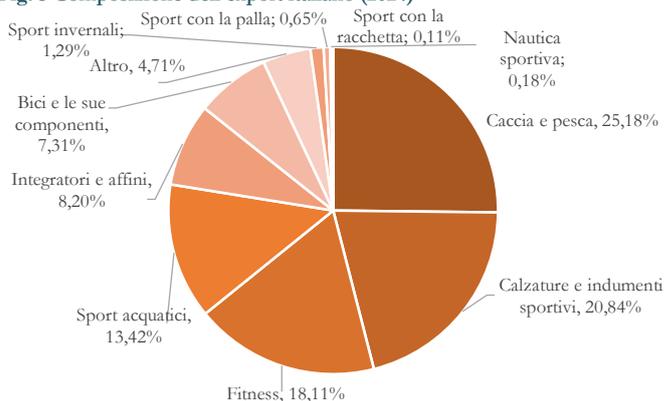
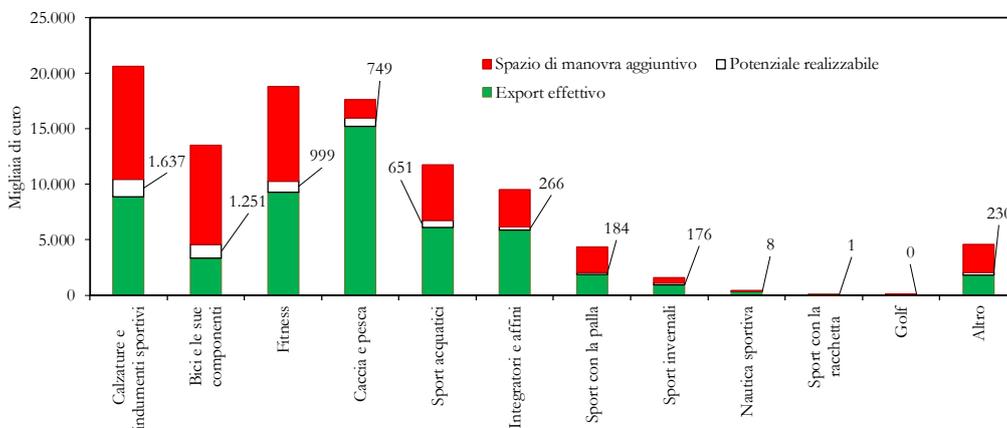


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



³⁸ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	16,63%	1.458	39	390	0,81	Cina, Romania, Germania (posizionamento Italia: 2)
Cerchioni e raggi per velocipedi	0,82%	79	21	148	1,25	Ungheria, Stati Uniti, Francia (posizionamento Italia: 13)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	0,21%	57	15	417	2,40	Stati Uniti, Polonia, Giappone (posizionamento Italia: 14)
Mozzi e pignoni per velocipedi	0,21%	18	4	68	1,24	Francia, Paesi Bassi, Polonia (posizionamento Italia: 13)
Parti e accessori vari per velocipedi	1,91%	865	794	6.945	2,57	Cechia, Cina, Giappone (posizionamento Italia: 7)
Pedali e pedaliera per velocipedi	0,52%	89	33	361	2,47	Paesi Bassi, Croazia, Germania (posizionamento Italia: 11)
Selle per velocipedi	18,02%	632	336	463	2,94	Cina, Vietnam, Regno Unito (posizionamento Italia: 2)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	0,23%	162	9	126	1,70	Germania, India, Ungheria (posizionamento Italia: 6)

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Ami, anche con braccioli	0,21%	3	0	3	1,36	Polonia, Ucraina, Spagna (posizionamento Italia: 16)
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	1,30%	105	6	116	1,22	Francia, Stati Uniti, Giappone (posizionamento Italia: 10)
Canne da pesca	0,52%	38	0	6	0,65	Polonia, Francia, Giappone (posizionamento Italia: 8)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	34,29%	1.496	159	235	0,80	Cipro, Grecia, Spagna (posizionamento Italia: 2)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	66,18%	3.725	216	161	2,41	Regno Unito, Portogallo, Stati Uniti (posizionamento Italia: 1)
Mulinelli pesca	0,68%	29	0	36	1,71	Thailandia, Germania, Stati Uniti (posizionamento Italia: 11)
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	67,94%	6.294	333	676	0,73	Spagna, Cechia, Germania (posizionamento Italia: 1)
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	59,03%	3.539	34	445	3,97	Grecia, Malaysia, Cina (posizionamento Italia: 1)
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	-	-	-	-	-	-

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	7,31%	346	13	214	0,41	Francia, Stati Uniti, Iraq (posizionamento Italia: 4)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	2,15%	414	19	134	0,46	Belgio, Francia, Austria (posizionamento Italia: 8)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	1,15%	1.700	60	924	0,79	Polonia, Francia, El Salvador (posizionamento Italia: 9)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	14,74%	1.577	320	1.011	1,62	Indonesia, Polonia, India (posizionamento Italia: 2)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	10,74%	4.614	1.219	7.784	4,68	Cina, Germania, Francia (posizionamento Italia: 2)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	15,50%	197	7	65	11,57	Regno Unito, Cina, Francia (posizionamento Italia: 2)



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/gioco, piscine e vasche	11,39%	5.499	715	6.547	5,89	Francia, Cina, Slovacchia (posizionamento Italia: 2)	
Tute donna altre materie (no maglia)	7,84%	584	120	591	0,93	Spagna, Francia, Marocco (posizionamento Italia: 4)	
Tute donna cotone (no maglia)	3,57%	276	18	259	0,91	Cina, Paesi Bassi, Egitto (posizionamento Italia: 7)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	3,36%	660	9	120	2,08	Francia, Bangladesh, Egitto (posizionamento Italia: 9)	
Tute sportive a maglia altre materie	39,47%	91	3	13	18,37	Francia, Spagna, Georgia (posizionamento Italia: 1)	
Tute sportive a maglia cotone	11,60%	217	11	65	6,83	Regno Unito, Bulgaria, Francia (posizionamento Italia: 3)	
Tute sportive a maglia sintetiche	2,53%	145	15	148	0,51	Belgio, Francia, Tunisia (posizionamento Italia: 9)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	34,48%	967	54	235	11,40	Regno Unito, India, Ucraina (posizionamento Italia: 1)	
Tute uomo cotone (no maglia)	20,04%	605	24	190	5,73	Polonia, Bulgaria, Regno Unito (posizionamento Italia: 1)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	4,20%	236	29	383	1,14	Bangladesh, Cina, Bulgaria (posizionamento Italia: 7)	

Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	8,185%	68	0	34	1,05	Francia, Cina, Estonia (posizionamento Italia: 5)	
Bastoni da golf completi	-	-	-	-	-	-	
Palle da golf	-	-	-	-	-	-	

Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Concentrati di proteine	15,36%	2.402	48	754	2,15	Polonia, Regno Unito, Cina (posizionamento Italia: 3)	
Medicamenti con vitamine, dosati	6,65%	2.694	165	1.901	0,43	Germania, Romania, Svizzera (posizionamento Italia: 6)	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	2,05%	240	19	249	0,66	Nuova Zelanda, Regno Unito, Germania (posizionamento Italia: 13)	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	3,62%	569	34	470	8,43	Francia, Paesi Bassi, Polonia (posizionamento Italia: 6)	
Miscele di provitamine o vitamine	-	-	-	-	-	-	

Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Barche a vela <= 7,5 m	23,41%	133	4	23	5,59	Polonia, Francia, Thailandia (posizionamento Italia: 2)	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	27,04%	229	4	40	2,15	Germania, Austria, Polonia (posizionamento Italia: 2)	



Sport acquatici							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	12,32%	1.829	394	2.903	1,99	Cina, Polonia, Francia (posizionamento Italia: 2)	
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	41,40%	142	3	13	2,18	Polonia, Cechia, Tunisia (posizionamento Italia: 1)	
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	7,84%	8	0	3	2,34	Cina, Egitto, Francia (posizionamento Italia: 6)	
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	9,48%	2.228	132	1.380	10,91	Spagna, Paesi Bassi, Cina (posizionamento Italia: 3)	
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	12,53%	186	25	164	8,17	Cina, Paesi Bassi, Regno Unito (posizionamento Italia: 2)	
Costumi donna (no maglia)	12,95%	149	7	37	5,52	Cina, Regno Unito, Slovacchia (posizionamento Italia: 3)	
Costumi uomo (no maglia)	17,17%	1.463	80	348	10,25	Francia, Egitto, Bangladesh (posizionamento Italia: 2)	
Tavole a vela	5,93%	120	11	116	1,89	Germania, Austria, Sri Lanka (posizionamento Italia: 6)	

Sport con la palla							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Palle sportive gonfiabili	5,60%	1.810	180	2.227	10,80	India, Cina, Giappone (posizionamento Italia: 4)	
Palle sportive, escl. gonfiabili	12,71%	63	5	68	1,13	Giappone, Regno Unito, Taiwan (posizionamento Italia: 2)	

Sport con la racchetta							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzatura per tennis tavolo	0,90%	7	1	8	0,50	Francia, Polonia, Portogallo (posizionamento Italia: 5)	
Racchette badminton/simili, escl. tennis	1,23%	17	1	24	0,60	Regno Unito, Germania, Ungheria (posizionamento Italia: 5)	
Palle da tennis	-	-	-	-	-	-	
Racchette da tennis, anche senza corde	-	-	-	-	-	-	

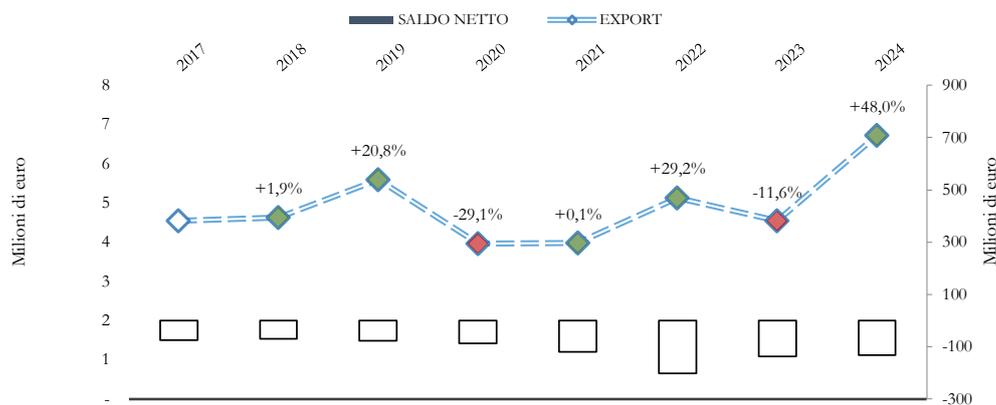
Sport invernali							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attacchi per sci	8,77%	104	12	62	1,80	Francia, Germania, Cechia (posizionamento Italia: 3)	
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	6,86%	32	7	43	0,47	Francia, Cina, Germania (posizionamento Italia: 3)	
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	12,28%	496	136	223	0,92	Romania, Ungheria, Austria (posizionamento Italia: 3)	
Sci da neve	4,73%	140	14	94	1,71	Germania, Spagna, Francia (posizionamento Italia: 8)	
Tute da sci non a maglia	15,74%	149	6	41	9,16	Cina, Spagna, Polonia (posizionamento Italia: 3)	
Calzature sci/surf neve, cuoio	-	-	-	-	-	-	
Tute da sci a maglia	-	-	-	-	-	-	



Altro						
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Bastoni, fruste e simili	1,05%	5	0	5	1,26	Cechia, Francia, Germania (posizionamento Italia: 7)
Bigliardi e accessori	2,11%	9	1	6	1,08	Regno Unito, Francia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 9)
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	6,86%	1.571	146	1.801	0,66	Francia, Cina, Slovacchia (posizionamento Italia: 3)
Palloni, alianti e deltaplani	0,25%	9	0	3	5,28	Germania, Emirati Arabi Uniti, Austria (posizionamento Italia: 14)
Paracadute e loro parti	1,90%	87	4	77	1,53	Corea del Sud, Regno Unito, Cechia (posizionamento Italia: 9)
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	2,60%	144	80	637	0,17	Francia, Svizzera, Cechia (posizionamento Italia: 3)

Struttura e potenziale dell'export dei beni sportivi 'core'³⁹ – Vietnam

Fig. 1 Export italiano e saldo netto



7	Valore dell'export effettivo italiano verso il paese, 2024 (milioni di euro)	0,1%	Peso dell'export italiano verso il Paese sul totale dell'export italiano, 2024
4	Potenziale realizzabile verso il paese, 2023 (milioni di euro)	35	Spazio di manovra aggiuntivo verso il paese, 2023 (milioni di euro)

Fig. 2 Quota di mercato dei principali esportatori (2023)

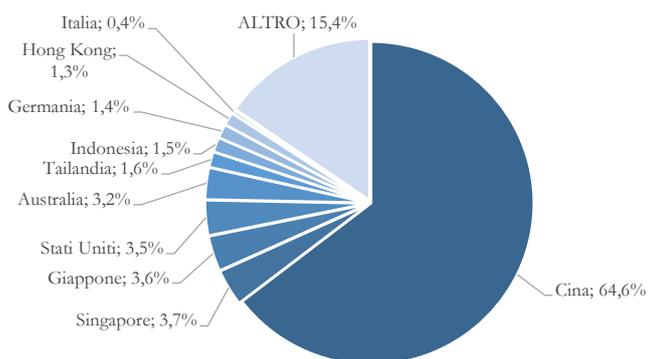


Fig. 3 Composizione dell'export italiano (2024)

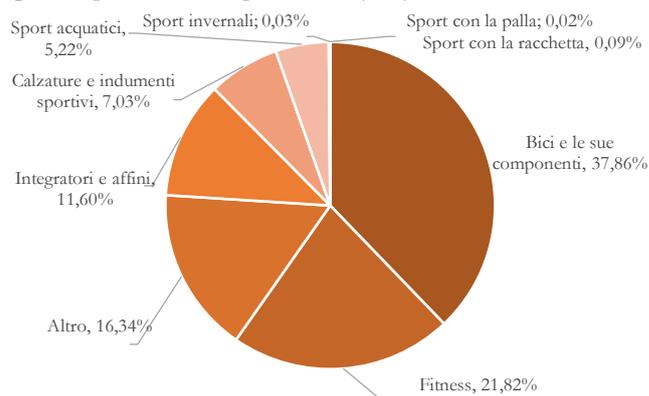
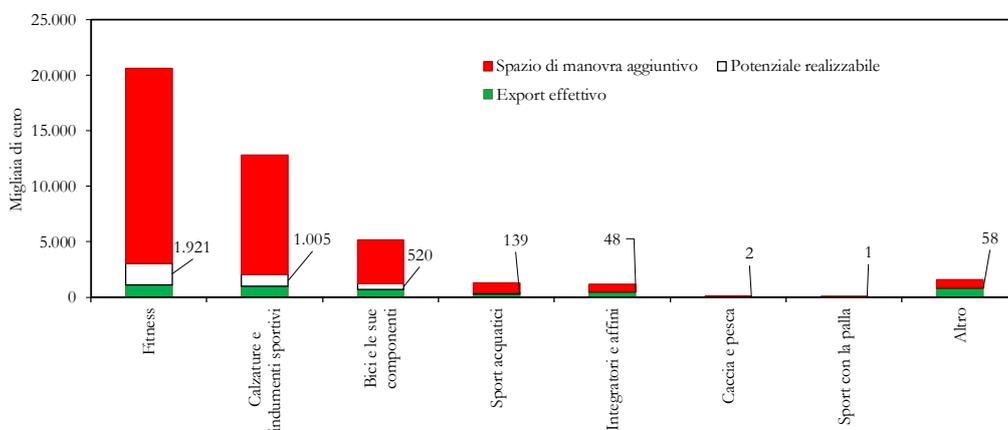


Fig. 4 Export effettivo, potenziale e spazio di manovra aggiuntivo per settore (2023)



³⁹ Manufatti direttamente riconducibili allo sport e identificabili attraverso codici Harmonized System 2022 a sei cifre di disaggregazione.



Bici e le sue componenti

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Biciclette e tricicli senza motore	0,02%	36	7	71	1,40	Spagna, Regno Unito, Germania (posizionamento Italia: 13)
Freni e mozzi-freno per velocipedi	0,00%	1	0	10	3,81	Paesi Bassi, Indonesia, India (posizionamento Italia: 14)
Parti e accessori vari per velocipedi	0,24%	498	403	3.524	1,70	Belgio, Stati Uniti, Spagna (posizionamento Italia: 11)
Selle per velocipedi	0,47%	26	95	131	7,03	Germania, Indonesia, Cina (posizionamento Italia: 6)
Telai, forcelle e parti per velocipedi	0,21%	171	14	201	4,02	Spagna, Francia, Hong Kong (posizionamento Italia: 8)
Cerchioni e raggi per velocipedi	-	-	-	-	-	-
Mozzi e pignoni per velocipedi	-	-	-	-	-	-
Pedali e pedaliera per velocipedi	-	-	-	-	-	-

Caccia e pesca

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Articoli pesca, n.n.a.; richiami caccia	0,04%	5	1	19	1,74	Danimarca, Francia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 16)
Cartucce per fucili/carabine a canna liscia	92,67%	27	1	1	0,00	Cipro, Malaysia, (posizionamento Italia: 1)
Ami, anche con braccioli	-	-	-	-	-	-
Canne da pesca	-	-	-	-	-	-
Fucili/carabine caccia o tiro, canna liscia	-	-	-	-	-	-
Fucili/carabine caccia o tiro, canna rigata	-	-	-	-	-	-
Mulinelli pesca	-	-	-	-	-	-
Parti cartucce fucili lisci; pallini aria	-	-	-	-	-	-
Reti pesca maglie annodate, sintetiche	-	-	-	-	-	-

Calzature e indumenti sportivi

1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente
Calzature cinturini suola gomma/plastica	0,01%	4	1	11	5,94	Giappone, Germania, Cambogia (posizionamento Italia: 12)
Calzature sportive gomma/plastica (no sci)	0,35%	103	41	292	0,74	Brasile, Giappone, Indonesia (posizionamento Italia: 13)
Calzature sportive gomma/plastica tessile	0,56%	591	539	8.291	0,91	Belgio, Corea del Sud, Cina (posizionamento Italia: 8)
Calzature sportive, cuoio (no sci)	2,11%	162	162	513	0,71	Portogallo, Germania, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 6)
Copricapo di sicurezza, anche guarniti	0,47%	82	261	1.670	2,40	Cechia, Giappone, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 9)
Guanti sportivi, cuoio/pelli	6,19%	88	1	8	1,67	Stati Uniti, Francia, Pakistan (posizionamento Italia: 7)



Fitness							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzi sport/ gioco, piscine e vasche	1,26%	912	1.900	17.406	2,63	Paesi Bassi, Cina, Corea del Sud (posizionamento Italia: 2)	
Tute donna altre materie (no maglia)	0,25%	25	6	30	3,10	Spagna, Cina, Stati Uniti (posizionamento Italia: 11)	
Tute donna cotone (no maglia)	1,51%	79	3	40	2,39	Francia, Spagna, Paesi Bassi (posizionamento Italia: 9)	
Tute donna fibre sintetiche (no maglia)	0,36%	61	4	56	1,02	Francia, Paesi Bassi, Regno Unito (posizionamento Italia: 11)	
Tute sportive a maglia sintetiche	0,16%	1	0	4	1,19	Germania, Thailandia, Francia (posizionamento Italia: 6)	
Tute uomo altre materie (no maglia)	3,39%	26	3	15	0,00	Lituania, Francia, Regno Unito (posizionamento Italia: 8)	
Tute uomo cotone (no maglia)	0,16%	6	4	32	1,85	Grecia, Francia, Stati Uniti (posizionamento Italia: 11)	
Tute uomo fibre sintetiche (no maglia)	0,81%	4	0	1	0,38	Polonia, Giappone, Cechia (posizionamento Italia: 11)	
Tute sportive a maglia altre materie	-	-	-	-	-	-	
Tute sportive a maglia cotone	-	-	-	-	-	-	
Golf							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Accessori golf, escl. palle e bastoni	-	-	-	-	-	-	
Bastoni da golf completi	-	-	-	-	-	-	
Palle da golf	-	-	-	-	-	-	
Integratori e affini							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Concentrati di proteine	0,37%	114	17	269	4,91	Paesi Bassi, Giappone, Nuova Zelanda (posizionamento Italia: 15)	
Medicamenti con vitamine, dosati	0,16%	99	4	49	0,49	Nuova Zelanda, Regno Unito, Cina (posizionamento Italia: 24)	
Miscele di provitamine o vitamine	0,21%	30	6	47	0,65	Spagna, Belgio, Francia (posizionamento Italia: 18)	
Peptoni, proteine e polvere di pelle	1,27%	133	2	23	1,05	Paesi Bassi, Corea del Sud, Francia (posizionamento Italia: 12)	
Vitamine e derivati (escl. A, B, C, E e simili)	0,26%	111	19	263	14,87	Francia, Giappone, Germania (posizionamento Italia: 13)	
Nautica sportiva							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Barche a vela <= 7,5 m	-	-	-	-	-	-	
Vele per imbarcazioni e tavole a vela	-	-	-	-	-	-	



Sport acquatici							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzature nautiche, escl. tavole a vela	4,68%	237	63	463	4,13	Stati Uniti, Germania, Cina (posizionamento Italia: 4)	
Costumi bagno a maglia sintetiche donna/rag.	0,17%	16	1	7	1,88	Francia, Regno Unito, Croazia (posizionamento Italia: 9)	
Costumi bagno a maglia sintetiche uomo/ragazzo	0,25%	4	23	153	11,54	Grecia, Portogallo, India (posizionamento Italia: 12)	
Costumi donna (no maglia)	2,75%	6	10	49	3,15	Francia, Cina, Corea del Sud (posizionamento Italia: 3)	
Costumi uomo (no maglia)	2,19%	30	40	172	15,48	Francia, Germania, Cina (posizionamento Italia: 6)	
Tavole a vela	4,57%	8	3	35	1,96	Stati Uniti, Cina, Indonesia (posizionamento Italia: 3)	
Costumi bagno a maglia altre materie donna/rag.	-	-	-	-	-	-	
Costumi bagno a maglia altre materie uomo/rag.	-	-	-	-	-	-	

Sport con la palla							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Palle sportive gonfiabili	0,04%	1	1	7	1,88	Giappone, Australia, Germania (posizionamento Italia: 11)	
Palle sportive, escl. gonfiabili	-	-	-	-	-	-	

Sport con la racchetta							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attrezzatura per tennis tavolo	-	-	-	-	-	-	
Palle da tennis	-	-	-	-	-	-	
Racchette badminton/simili, escl. tennis	-	-	-	-	-	-	
Racchette da tennis, anche senza corde	-	-	-	-	-	-	

Sport invernali							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Attacchi per sci	-	-	-	-	-	-	
Attrezzatura sci, escl. sci/attacchi	-	-	-	-	-	-	
Calzature sci/surf neve gomma/plastica	-	-	-	-	-	-	
Calzature sci/surf neve, cuoio	-	-	-	-	-	-	
Sci da neve	-	-	-	-	-	-	
Tute da sci a maglia	-	-	-	-	-	-	
Tute da sci non a maglia	-	-	-	-	-	-	



Altro							
1. Settore/prodotto	2. Quota Italia	3. Export effettivo (migliaia di euro)	4. Potenziale realizzabile (migliaia di euro)	5. Spazio di manovra aggiuntivo (migliaia di euro)	6. Posizionamento di prezzo	7. Principale concorrente	
Bastoni, fruste e simili	0,08%	1	0	1	0,30	Francia, Regno Unito, Germania (posizionamento Italia: 8)	
Bigliardi e accessori	1,17%	268	13	144	9,50	Francia, Belgio, Giappone (posizionamento Italia: 5)	
Giochi sportivi, piscine, n.n.a.	1,41%	541	43	537	1,25	Stati Uniti, Regno Unito, Germania (posizionamento Italia: 8)	
Paracadute e loro parti	3,53%	28	1	24	0,70	Corea del Sud, Francia, Thailandia (posizionamento Italia: 4)	
Palloni, alianti e deltaplani	-	-	-	-	-	-	
Pattini ghiaccio/rotelle incl. scarpe	-	-	-	-	-	-	

Appendice

Appendice 1 - Metodologia

ExPANd è lo strumento che permette l'individuazione delle aree di possibile espansione dell'export in base all'esistenza di una domanda potenziale per i prodotti italiani. Le informazioni ottenibili con questo strumento sono molte, dalla quantificazione del potenziale, all'individuazione dei concorrenti, all'identificazione dei punti di forza e di debolezza.

Valutare la performance e il potenziale di export di un paese è un'operazione complessa, richiedendo l'analisi di molteplici aspetti. Diversi approcci, più o meno sofisticati, sono possibili, ma in ogni caso è necessaria la definizione di un termine di paragone. Per esempio, uno strumento relativamente semplice, cui si fa spesso ricorso per ottenere una valutazione della performance, è l'analisi dell'export a quote costanti, la quale utilizza come termine di paragone una misura dell'export necessario a mantenere invariata una data quota di mercato. In alternativa si utilizza come riferimento un concorrente, scelto semplicemente per essere il migliore in un dato mercato o perché, in base a determinate caratteristiche qualitative, risulta più simile al paese in esame.

La metodologia alla base di ExPANd introduce un aspetto innovativo proprio nella definizione del *benchmark* di potenziale, costituito non da un singolo paese predeterminato, ma da un concorrente fittizio, risultante di volta in volta da un insieme di concorrenti simili, identificati a livello di singolo prodotto mediante un complesso processo di analisi quantitativa dei dati di commercio internazionale. Il potenziale sfruttabile calcolato con ExPANd è indipendente dalla performance passata, rendendo possibile ampliare l'analisi fino a individuare opportunità di export anche in mercati in cui l'Italia non è attualmente presente, ma in cui operano paesi con caratteristiche simili. La misura di potenziale derivante dallo studio dei concorrenti viene fornita unitamente ad altre due metriche che completano e meglio qualificano le prospettive di un dato paese come possibile mercato di sbocco. A livello di paese, per una valutazione più completa del potenziale dei mercati, vengono affiancate all'analisi basata sui concorrenti altre due misure: 1. La somiglianza tra domanda e offerta.

2. Le previsioni di crescita della domanda di import. La considerazione congiunta di queste tre caratteristiche (gap rispetto ai *peer*, somiglianza e previsioni di crescita) ci permette di completare il quadro di valutazione del potenziale e di sintetizzare l'informazione in un unico indicatore che fornisce un *ranking* dei mercati.

La costruzione del *benchmark* di riferimento L'idea è di confrontare il paese di riferimento con un gruppo di paesi con caratteristiche simili e performance di export non inferiori. Il primo passo per la valutazione dell'attrattività di un mercato consiste quindi nel definire il gruppo di paesi che costituiscono il *benchmark* di riferimento in ciascun prodotto e mercato. A tal fine si considerano le seguenti caratteristiche:

1. Reddito pro-capite del paese esportatore.
2. Valori medi unitari dei prodotti esportati verso un dato mercato.
3. Specializzazione, il grado di specializzazione dell'esportatore a livello di prodotto.
4. Distanza geografica, in chilometri.
5. Complessità, scomposta in diversificazione (numero di prodotti esportati da ciascun paese) e ubiquità dell'export di un paese, (numero di paesi che esportano un dato prodotto).
6. Quote di mercato dell'esportatore, per prodotto e mercato (Grafico A).

Grafico A: Le sette variabili che definiscono il gruppo dei concorrenti



Per ciascun mercato e prodotto (6 digit HS) viene individuato un gruppo di paesi esportatori simili al paese in esame nell'ambito di ciascuno degli assi di riferimento. L'analisi viene ristretta ai primi N concorrenti per grado di somiglianza, in modo da escludere i paesi meno idonei a fornire un termine di paragone. Il gruppo di N+1 paesi così individuato, costituito dai concorrenti e dal paese di riferimento (nel caso di EDV l'Italia), consiste pertanto nel gruppo di esportatori più omogeneo possibile per una data caratteristica.

L'export dei *peer* rappresenta un *benchmark* naturale per valutare il potenziale di export. Una volta misurato tale *benchmark*, definiamo come "gap di export" (o margine sfruttabile) la differenza tra questo e l'export effettivo del paese analizzato.

Per ogni caratteristica abbiamo quindi un gap di export. Per ogni prodotto abbiamo perciò tanti gap quante sono le caratteristiche considerate. Definiamo il gap di export a livello di prodotto come media dei gap delle diverse caratteristiche. Nell'aggregazione di più prodotti il gap di export è semplicemente la somma dei gap a livello di prodotto-mercato.

Dunque, gli output principali di questa parte di analisi sono due:

Il potenziale di export o potenziale realizzabile rappresenta l'export aggiuntivo realizzabile in un'ottica di medio periodo. Per agevolare i confronti, il potenziale realizzabile può essere espresso in percentuale dell'export effettivo corrente

definendo così un indice di contendibilità. Infine, oltre al potenziale realizzabile, si identifica uno spazio di manovra che rappresenta il valore di mercato nel quale le aziende italiane possono muoversi al fine di erodere ulteriori quote ai concorrenti più simili.

Per comodità, si riportano di seguito alcune definizioni:

- **Potenziale realizzabile (€):** export aggiuntivo ottenibile oltre l'export effettivo;
- **Spazio di manovra (€):** spazio di export contendibile rispetto a paesi simili.

Il valore del potenziale non è una previsione circa la possibile evoluzione futura delle vendite, la quale dipende in primo luogo dalla capacità degli esportatori di cogliere le opportunità, dalla congiuntura e dalle condizioni macroeconomiche. Questi aspetti, più altre valutazioni qualitative, sono discussi nel capitolo a complemento dell'analisi quantitativa di misurazione del potenziale.

Appendice 2A – Categorie di beni 'core' direttamente afferenti allo sport

Codice HS6	Descrizione	Sport di riferimento	Definizione
950699	Oggetti ed attrezzi per sport o giochi all'aperto, n.n.a.; piscine e vasche per sguaizzare	Altro	Core
950670	Pattini da ghiaccio e pattini a rotelle, incl. le calzature alle quali sono fissati dei pattini	Altro	Core
950420	Bigliardi e loro accessori	Altro	Core
880100	Palloni e dirigibili; alianti e ali volanti e deltaplani senza motore e non adatti per la propulsione a motore (escl. palloni aerostatici)	Altro	Core
880400	Paracadute, incl. quelli dirigibili, parapendii e rotochutes; loro parti ed accessori, n.n.a.	Altro	Core
660200	Bastoni, bastoni-sedile, fruste, frustini e simili (escl. le canne metriche, le stampelle, i bastoni aventi carattere di arma e i bastoni per lo sport)	Altro	Core
871200	Biciclette ed altri velocipedi, inclusi i furgoncini a triciclo (senza motore)	Bici e le sue componenti	Core
871491	Telai e forcelle, e loro parti, di velocipedi, n.n.a.	Bici e le sue componenti	Core
871492	Cerchioni e raggi di velocipedi	Bici e le sue componenti	Core
871493	Mozzi, diversi dai mozzi-freno, e pignoni di ruote libere, di velocipedi	Bici e le sue componenti	Core
871494	Freni, incl. i mozzi-freno, e loro parti, di velocipedi, n.n.a.	Bici e le sue componenti	Core
871495	Selle di velocipedi	Bici e le sue componenti	Core
871496	Pedali e pedaliera, e loro parti, di velocipedi, n.n.a.	Bici e le sue componenti	Core
871499	Parti e accessori di velocipedi, n.n.a.	Bici e le sue componenti	Core
950710	Canne da pesca	Caccia e pesca	Core
950720	Ami, anche con braccioli	Caccia e pesca	Core
950730	Mulinelli per la pesca	Caccia e pesca	Core



Codice HS6	Descrizione	Sport di riferimento	Definizione
950790	Oggetti per la pesca, n.n.a.; reticelle a mano per qualsiasi uso; richiami ed oggetti simili per la caccia (escl. fischiotti e corni di richiamo ed altri strumenti di chiamata o di segnalazione a bocca, collezioni ed esemplari di tali oggetti per qualsiasi scopo ed interesse)	Caccia e pesca	Core
930330	Fucili e carabine da caccia o da tiro sportivo con una o più canne rigate (escl. fucili e carabine a molla, ad aria compressa o a gas)	Caccia e pesca	Core
930320	Fucili e carabine da caccia o da tiro sportivo con almeno una canna liscia (escl. armi da fuoco caricabili soltanto dalla canna, fucili, carabine e pistole a molla, ad aria compressa o a gas, sfollagente)	Caccia e pesca	Core
930621	Cartucce per fucili o carabine a canna liscia	Caccia e pesca	Core
930629	Parti di cartucce per fucili o carabine a canna liscia; pallini per carabine ad aria compressa	Caccia e pesca	Core
560811	Reti a maglie annodate, confezionate per la pesca, di materie tessili sintetiche o artificiali (escl. reti a mano da pesca)	Caccia e pesca	Core
640219	Calzature per lo sport, con suola esterna e tomaia di gomma o di materia plastica (escl. le calzature impermeabili della voce 6401, le calzature da sci, le calzature per il surf da neve, nonchè le calzature cui sono fissati pattini da ghiaccio o a rotelle)	Calzature e indumenti sportivi	Core
640319	Calzature per lo sport con suola esterna di gomma, di materia plastica, di cuoio naturale o ricostituito e tomaia di cuoio naturale (escl. le calzature da sci, le calzature per il surf da neve e le calzature cui sono fissati pattini da ghiaccio o a rotelle)	Calzature e indumenti sportivi	Core
640220	Calzature con suola esterna e tomaia di gomma o di materia plastica, con tomaia a strisce o cinturini fissati alla suola con naselli (escl. le calzature aventi carattere di giocattolo)	Calzature e indumenti sportivi	Core
640411	Calzature per lo sport, calzature dette da tennis, da pallacanestro, da ginnastica, da allenamento e calzature simili, con suola esterna di gomma o di materia plastica e tomaia di materie tessili	Calzature e indumenti sportivi	Core
650610	Copricapo di sicurezza, anche guarniti	Calzature e indumenti sportivi	Core
420321	Guanti, mezzoganti e muffole, per praticare gli sport, di cuoio e di pelli, naturali o ricostituiti	Calzature e indumenti sportivi	Core
611211	Tute sportive, a maglia, di cotone	Fitness	Core
611212	Tute sportive, a maglia, di fibre sintetiche	Fitness	Core
950691	Oggetti ed attrezzi per l'educazione fisica, la ginnastica, l'atletica, gli altri sport, incluso tennis da tavolo o i giochi all'aperto, (non nominati nè compresi altrove in questo capitolo); piscine e vasche per sguazzare	Fitness	Core
621132	Tute sportive e altri indumenti, n.n.a., di cotone, per uomo o ragazzo (escl. a maglia)	Fitness	Core
621133	Tute sportive e altri indumenti, n.n.a., di fibre sintetiche o artificiali, per uomo o ragazzo (escl. a maglia)	Fitness	Core



Codice HS6	Descrizione	Sport di riferimento	Definizione
621139	Tute sportive e altri indumenti, n.n.a., di materie tessili, per uomo o ragazzo (escl. di cotone, fibre sintetiche o artificiali, nonchè a maglia)	Fitness	Core
621142	Tute sportive e altri indumenti, n.n.a., di cotone, per donna o ragazza (escl. a maglia)	Fitness	Core
621143	Tute sportive e altri indumenti, n.n.a., di fibre sintetiche o artificiali, per donna o ragazza (escl. a maglia)	Fitness	Core
621149	Tute sportive e altri indumenti, n.n.a., di materie tessili, per donna o ragazza (escl. di lana o di peli fini, cotone, fibre sintetiche o artificiali, nonchè a maglia)	Fitness	Core
611219	Tute sportive, a maglia, di materie tessili (escl. di cotone o di fibre sintetiche)	Fitness	Core
950631	Bastoni per golf, completi	Golf	Core
950632	Palle per golf	Golf	Core
950639	Attrezzi per il golf (escl. palle per golf e bastoni completi)	Golf	Core
210610	Concentrati di proteine e sostanze proteiche testurizzate	Integratori e affini	Core
293629	Vitamine e loro derivati (non miscelati) utilizzati principalmente come vitamine (escl. vitamine A, B1, B2, B3, B5, B6, B12, C, E, e loro derivati)	Integratori e affini	Core
293690	Miscele di provitamine o di vitamine, anche disciolte in qualsiasi soluzione e concentrati naturali	Integratori e affini	Core
300450	Medicamenti, contenenti provitamine, vitamine, inclusi i concentrati naturali, o loro derivati utilizzati principalmente come vitamine, presentati sotto forma di dosi (compresi i prodotti destinati alla somministrazione per assorbimento percutaneo) o condizionati per la vendita al minuto	Integratori e affini	Core
350400	Peptoni e loro derivati; altre sostanze proteiche e loro derivati, n.n.a.; polvere di pelle, anche trattata al cromo	Integratori e affini	Core
890321	Barche a vela, con o senza motore ausiliario, di lunghezza <= 7,5 m (escl. gommoni)	Nautica sportiva	Core
630630	Vele per imbarcazioni, per tavole a vela o carri a vela di materiale tessile	Nautica sportiva	Core
950621	Tavole a vela per la pratica di sport nautici	Sport acquatici	Core
950629	Sci nautici, surf e altri attrezzi per la pratica di sport nautici (escl. tavole a vela)	Sport acquatici	Core
611231	Costumi, mutandine e slip da bagno, a maglia, di fibre sintetiche, per uomo o ragazzo	Sport acquatici	Core
611239	Costumi, mutandine e slip da bagno, a maglia, di materie tessili, per uomo o ragazzo (escl. di fibre sintetiche)	Sport acquatici	Core
611241	Costumi, mutandine e slip da bagno, a maglia, di fibre sintetiche, per donna o ragazza	Sport acquatici	Core
611249	Costumi, mutandine e slip da bagno, a maglia, di materie tessili, per donna o ragazza (escl. di fibre sintetiche)	Sport acquatici	Core



Codice HS6	Descrizione	Sport di riferimento	Definizione
621111	Costumi, mutandine e slip da bagno, per uomo o ragazzo (escl. a maglia)	Sport acquatici	Core
621112	Costumi, mutandine e slip da bagno, per donna o ragazza (escl. a maglia)	Sport acquatici	Core
950662	Palle sportive, gonfiabili	Sport con la palla	Core
950669	Palle sportive (escl. palle gonfiabili, palle da tennis, da golf e da tennis da tavolo)	Sport con la palla	Core
950640	Oggetti ed attrezzi per il tennis da tavolo	Sport con la racchetta	Core
950651	Racchette da tennis, anche senza corde (escl. racchette per il tennis da tavolo)	Sport con la racchetta	Core
950659	Racchette da badminton o simili, anche senza corde (escl. racchette da tennis o per il tennis da tavolo)	Sport con la racchetta	Core
950661	Palle da tennis (escl. palle per il tennis da tavolo)	Sport con la racchetta	Core
950611	Sci da neve per sport invernali	Sport invernali	Core
950612	Attacchi per sci	Sport invernali	Core
950619	Attrezzature da sci per lo sport invernale (escl. sci e attacchi per sci)	Sport invernali	Core
640212	Calzature da sci e calzature per il surf da neve, con suola esterna e tomaia di gomma o di materia plastica (escl. le calzature impermeabili della voce 6401)	Sport invernali	Core
621120	Combinazioni da sci tipo tuta ed insiemi da sci (escl. a maglia)	Sport invernali	Core
611220	Combinazioni da sci tipo tuta ed insiemi da sci	Sport invernali	Core
640312	Calzature da sci e calzature per il surf da neve, con suola esterna di gomma, di materia plastica, di cuoio naturale o ricostituito e tomaia di cuoio naturale	Sport invernali	Core

Appendice 2B – Categorie di beni ‘broad’ riconducibili allo sport soltanto in parte

Codice HS6	Descrizione	Sport di riferimento	Definizione
611420	Indumenti speciali per impieghi professionali, sportivi o per altri impieghi, n.n.a., a maglia, di cotone	Altre calzature e indumenti sportivi	Broad
611430	Indumenti speciali per impieghi professionali, sportivi o per altri impieghi, n.n.a., a maglia, di fibre sintetiche o artificiali	Altre calzature e indumenti sportivi	Broad
611490	Indumenti speciali per impieghi professionali, sportivi o per altri impieghi, n.n.a., a maglia, di materie tessili (escl. di cotone e fibre sintetiche o artificiali)	Altre calzature e indumenti sportivi	Broad
930700	Sciabole, spade, baionette, lance ad altre armi bianche, loro parti e foderi (escl. armi di metalli preziosi o di metalli placcati o ricoperti di metalli preziosi, armi spuntate per la scherma, coltelli da caccia e pugnali, coltelli da campeggio, coltelli a lama tranciante o dentata, roncoli ed altri oggetti di coltelleria, cinturoni e simili di cuoio o di materie tessili, nappe)	Altro	Broad



Codice HS6	Descrizione	Sport di riferimento	Definizione
950490	Tavoli speciali per case da gioco e giochi di birilli automatici, incl. i giochi meccanici, anche a motore (escl. giochi a monete o a gettoni, bigliardi, videogiochi dei tipi utilizzati con un ricevitore della televisione, carte da gioco)	Altro	Broad
842860	Teleferiche, incl. le seggiovie e sciovie; meccanismi di trazione per funicolari	Altro	Broad
401691	Rivestimenti e tappeti da pavimento, di gomma vulcanizzata (non indurita), con spigoli smussati o sagomati oppure con angoli arrotondati o con orli traforati o altrimenti lavorati (escl. solamente tagliati in forma quadrata o rettangolare nonchè prodotti di gomma cellulare)	Altro	Broad
854370	Apparecchi e macchine elettriche con funzioni individuali n.c.a. nel capitolo 85	Altro	Broad
420292	Sacche da viaggio, borse per oggetti da toletta, borse per la spesa, zaini e sacche per articoli sportivi, astucci per boccette o gioielli, scatole per cipria, astucci o custodie per occhiali, binocoli, apparecchi fotografici, cineprese, strumenti musicali o armi ecc., con superficie esterna di fogli di materie plastiche o di materie tessili (escl. valigie, borse, cartelle e borsette e oggetti datasca o da borsetta)	Altro	Broad
842820	Apparecchi elevatori o trasportatori, pneumatici	Altro	Broad
870310	Autoveicoli per il trasporto di < 10 persone costruiti specialmente per spostarsi sulla neve, autoveicoli speciali per il trasporto di persone sui campi da golf e veicoli simili	Motori	Broad
870321	Autoveicoli da turismo ed altri autoveicoli costruiti principalmente per il trasporto di < 10 persone, inclusi autoveicoli del tipo "station wagon" e auto da corsa, azionati unicamente da motore a pistone con accensione a scintilla, di cilindrata $\leq 1\,000\text{ cm}^3$ (escl. autoveicoli per spostarsi sulla neve e altri autoveicoli speciali della sottovoce 8703 10)	Motori	Broad
870322	Autoveicoli da turismo ed altri autoveicoli costruiti principalmente per il trasporto di < 10 persone, inclusi autoveicoli del tipo "station wagon" e auto da corsa, azionati unicamente da motore a pistone con accensione a scintilla, di cilindrata $> 1.000\text{ cm}^3$ e $\leq 1.500\text{ cm}^3$ (escl. autoveicoli per spostarsi sulla neve e altri autoveicoli speciali della sottovoce 8703 10)	Motori	Broad
870323	Autoveicoli da turismo ed altri autoveicoli costruiti principalmente per il trasporto di < 10 persone, inclusi autoveicoli del tipo "station wagon" e auto da corsa, azionati unicamente da motore a pistone con accensione a scintilla, di cilindrata $> 1.500\text{ cm}^3$ e $\leq 3.000\text{ cm}^3$ (escl. autoveicoli per spostarsi sulla neve e altri autoveicoli speciali della sottovoce 8703 10)	Motori	Broad



Codice HS6	Descrizione	Sport di riferimento	Definizione
870324	Autoveicoli da turismo ed altri autoveicoli costruiti principalmente per il trasporto di < 10 persone, inclusi autoveicoli del tipo "station wagon" e auto da corsa, azionati unicamente da motore a pistone con accensione a scintilla, di cilindrata > 3.000 cm ³ (escl. autoveicoli per spostarsi sulla neve e altri autoveicoli speciali della sottovoce 8703 10)	Motori	Broad
870331	Autoveicoli da turismo ed altri autoveicoli costruiti principalmente per il trasporto di < 10 persone, inclusi autoveicoli del tipo "break" e auto da corsa, azionati unicamente da motore a pistone con accensione per compressione (diesel o semidiesel), di cilindrata <= 1.500 cm ³ (escl. autoveicoli per spostarsi sulla neve e altri autoveicoli speciali della sottovoce 8703 10)	Motori	Broad
870332	Autoveicoli da turismo ed altri autoveicoli costruiti principalmente per il trasporto di < 10 persone, inclusi autoveicoli del tipo "break" e auto da corsa, azionati unicamente da motore a pistone con accensione per compressione (diesel o semidiesel), di cilindrata > 1.500 cm ³ ma <= 2.500 cm ³ (escl. autoveicoli per spostarsi sulla neve e altri autoveicoli speciali della sottovoce 8703 10)	Motori	Broad
870333	Autoveicoli da turismo ed altri autoveicoli costruiti principalmente per il trasporto di < 10 persone, inclusi autoveicoli del tipo "break" e auto da corsa, azionati unicamente da motore a pistone con accensione per compressione (diesel o semidiesel), di cilindrata > 2.500 cm ³ (escl. autoveicoli per spostarsi sulla neve e altri autoveicoli speciali della sottovoce 8703 10)	Motori	Broad
870340	Autoveicoli da turismo ed altri autoveicoli costruiti principalmente per il trasporto di < 10 persone, inclusi gli autoveicoli del tipo «station wagon» e le auto da corsa, azionati da motore a pistone con accensione a scintilla e da motore elettrico, come motori per la propulsione, diversi da quelli che possono essere caricati mediante il collegamento a una fonte di energia elettrica esterna (escl. autoveicoli per spostarsi sulla neve, altri autoveicoli speciali della sottovoce 8703 10 e autoveicoli ibridi plug-in)	Motori	Broad
870350	Autoveicoli da turismo ed altri autoveicoli costruiti principalmente per il trasporto di persone (diversi da quelli della voce 8702), compresi gli autoveicoli del tipo «break» e le auto da corsa (escl. quelli costruiti specialmente per spostarsi sulla neve, gli autoveicoli speciali per il trasporto di persone sui campi da golf e veicoli simili, compresi nella voce 870310), azionati da motore a pistone con accensione per compressione (diesel o semidiesel) e da motore elettrico, come i motori per la propulsione, diversi da quelli che possono essere caricati mediante il collegamento a una fonte di energia elettrica esterna	Motori	Broad



Codice HS6	Descrizione	Sport di riferimento	Definizione
870360	Autoveicoli da turismo ed altri autoveicoli costruiti principalmente per il trasporto di < 10 persone, inclusi gli autoveicoli del tipo «station wagon» e le auto da corsa, azionati da motore a pistone con accensione a scintilla e da motore elettrico come motori per la propulsione, caricabili mediante il collegamento a una fonte di energia elettrica esterna (escl. autoveicoli per spostarsi sulla neve e altri autoveicoli speciali della sottovoce 8703 10)	Motori	Broad
870370	Autoveicoli da turismo ed altri autoveicoli costruiti principalmente per il trasporto di persone (diversi da quelli della voce 8702), compresi gli autoveicoli del tipo «break» e le auto da corsa (escl. quelli costruiti specialmente per spostarsi sulla neve, gli autoveicoli speciali per il trasporto di persone sui campi da golf e veicoli simili, compresi nella voce 8703 10), azionati da motore a pistone con accensione per compressione (diesel o semidiesel) e da motore elettrico come i motori per la propulsione, caricabili mediante il collegamento a una fonte di energia elettrica esterna	Motori	Broad
870380	Autoveicoli da turismo ed altri autoveicoli costruiti principalmente per il trasporto di < 10 persone, inclusi gli autoveicoli del tipo «break» e le auto da corsa, azionati unicamente da motore elettrico per la propulsione (escl. autoveicoli per spostarsi sulla neve e altri veicoli speciali della sottovoce 8703 10)	Motori	Broad
870390	Autoveicoli da turismo ed altri autoveicoli costruiti principalmente per il trasporto di persone (diversi da quelli della voce 8702), compresi gli autoveicoli del tipo «break» e le auto da corsa (escluso quelli costruiti specialmente per spostarsi sulla neve, gli autoveicoli speciali per il trasporto di persone sui campi da golf e veicoli simili, compresi nella voce 870310), azionati unicamente da motore elettrico per la propulsione, non nominati altrove	Motori	Broad
871110	Motocicli, incl. i ciclomotori, con motore a pistone, di cilindrata =< 50 cm ³	Motori	Broad
871120	Motocicli, con motore a pistone, di cilindrata > 50 cm ³ , ma <= 250 cm ³	Motori	Broad
871130	Motocicli, con motore a pistone, di cilindrata > 250 cm ³ , ma <= 500 cm ³	Motori	Broad
871140	Motocicli, con motore a pistone, di cilindrata > 500 cm ³ , ma <= 800 cm ³	Motori	Broad
871150	Motocicli, con motore a pistone, di cilindrata 800 cm ³	Motori	Broad
871160	Motocicli, inclusi i ciclomotori, e velocipedi con motore ausiliario, azionati da motore elettrico per la propulsione	Motori	Broad
871190	Motocicli (compresi i ciclomotori) e velocipedi con motore ausiliario, anche con carrozzini laterali; carrozzini laterali («sidecar»), esclusi quelli con motore a pistone alternativo o azionati da motore elettrico per la propulsione	Motori	Broad



Codice HS6	Descrizione	Sport di riferimento	Definizione
890311	Imbarcazioni pneumatiche (gommoni), anche a scafo rigido, da diporto o sportive, progettate per essere dotate di motore, con peso netto a vuoto escluso il motore ≤ 100 kg	Nautica	Broad
890312	Imbarcazioni pneumatiche (gommoni), anche a scafo rigido, da diporto o sportive, non progettate per essere dotate di motore, con peso netto a vuoto escluso il motore ≤ 100 kg	Nautica	Broad
890319	Imbarcazioni pneumatiche (gommoni), anche a scafo rigido, da diporto o sportive, con peso netto a vuoto > 100 kg	Nautica	Broad
890322	Imbarcazioni a vela, diverse da quelle pneumatiche, anche con motore ausiliario, di lunghezza superiore a 7,5 m ma inferiore o uguale a 24 m	Nautica	Broad
890323	Imbarcazioni a vela, diverse da quelle pneumatiche, anche con motore ausiliario, di lunghezza superiore a 24 m	Nautica	Broad
890331	Imbarcazioni a motore, di lunghezza $\leq 7,5$ m, da diporto o sportive (escl. gommoni e fuoribordo)	Nautica	Broad
890332	Imbarcazioni a motore, diverse da quelle pneumatiche, esclusi i fuoribordo, di lunghezza superiore a 7,5 m ma inferiore o uguale a 24 m	Nautica	Broad
890333	Imbarcazioni a motore, diverse da quelle pneumatiche, esclusi i fuoribordo, di lunghezza superiore a 24 m	Nautica	Broad
890393	Imbarcazioni a motore fuoribordo, diverse da quelle pneumatiche, di lunghezza inferiore o uguale a 7,5 m	Nautica	Broad
890399	Imbarcazioni a motore fuoribordo, diverse da quelle pneumatiche, di lunghezza superiore a 7,5 m	Nautica	Broad