

FOCUS SINGAPORE ED ESTREMO ORIENTE SETTORE AGROALIMENTARE

**Presentazione Progetto: Italian Food and
Beverage in Singapore (IV Edizione)**



ITALIAN
**FOOD &
BEVERAGE**
SINGAPORE

3 -4 LUGLIO 2024

**NICOLL 1-2
SUNTEC CONVENTION CENTRE**

Il contesto

Nei 10 anni pre-covid I Paesi ASEAN, grazie alla forte crescita economica, sono diventati dei nuovi mercati di sbocco per l'export Italiano.

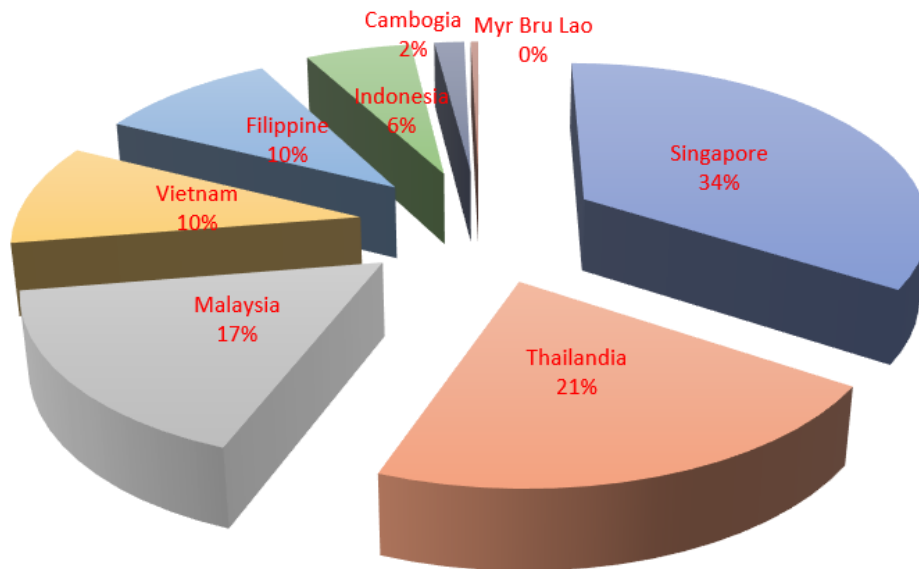
Tra il 2010 e 2019 l'export Made in Italy verso la Regione ASEAN e' aumentato del 7% annuo.

Dopo la crisi COVID-19, nel 2022 le esportazioni hanno avuto un nuovo balzo pari a Euro 9.3 Mld.

La Regione ASEAN inoltre si pone al centro di altri 3 mercati di estremo interesse per il Made in Italy: Hong Kong, il quale rappresenta la porta di accesso alla Cina; Giappone, da sempre considerato il primo mercato per export Made in Italy nell'estremo oriente, e Australia il quale mercato offre una forte presenza di comunita' italo-Australiana interessata ai prodotti Made in Italy.



Export Italiano Pre e Dopo COVID-19

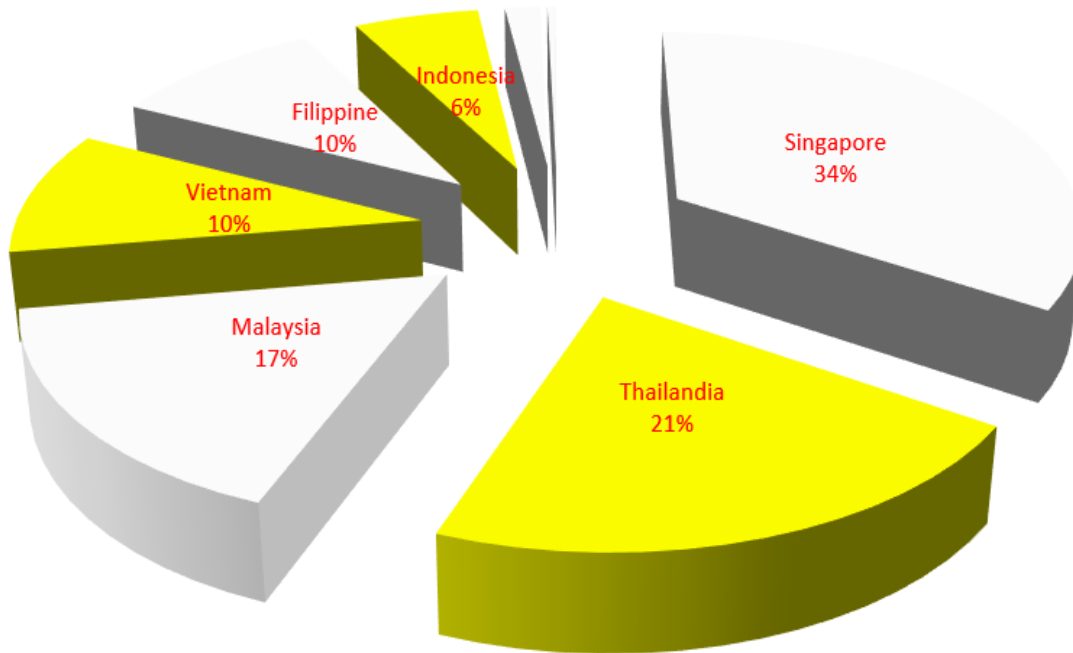


Nell'Area ASEAN, Singapore rimane ancora il primo mercato di destinazione del Made in Italy.

Grazie ad un reddito pro-capite superior a USD 72K, e ad un forte afflusso di turisti con elevate capacita' di spesa, la citta' stato, nonostante I suoi 5.7 Mln di abitanti e' la destinazione per il 35% dell'export Italiano nel comparto lifestyle.

NEL COMPARTO LIFESTYLE, L'AGROALIMENTARE RAPPRESENTA IL 24% DELL'EXPORT ITALIANO VERSO L'ASEAN

Export Italiano Pre e Dopo COVID-19



AUMENTO REDDITO PRO CAPITE

URBANIZZAZIONE

TURISMO