

INDICE

	<i>pag.</i>
<i>Introduzione</i>	IX
Capitolo I	
L'ECONOMIA DEL MADE IN ITALY	
A cura di Pier Luigi Belvisi	
1.1. Introduzione	1
1.2. La struttura delle esportazioni italiane	3
1.3. L'evoluzione del sistema produttivo	12
1.4. Il "fenomeno" del made in Italy	17
1.5. Le imprese e il territorio	19
1.6. L'Italia delle eccellenze	24
1.7. Qualità, bellezza e cultura	28
1.8. Conclusioni: il dibattito e le prospettive	31
Appendice. Il Piano per la promozione straordinaria del made in Italy e l'attrazione degli investimenti in Italia (<i>a cura di Stella Menna</i>)	36
Riferimenti bibliografici	42
Capitolo II	
LA VOCAZIONE INTERNAZIONALE DEL MADE IN ITALY CONFAPI. STRATEGIE, MERCATI E COMPETENZE	
A cura di Giada Mainolfi	
2.1. Introduzione ed obiettivi	45
2.2. Metodologia dello studio	46
2.3. Caratteristiche anagrafiche e dimensionali delle imprese	48
2.4. La vocazione internazionale delle imprese	51
2.5. Instabilità politico-economica e mercati esteri: la percezione delle imprese	57
2.6. Vantaggio competitivo e sviluppo internazionale: il ruolo delle "competenze" made in Italy	61

	<i>pag.</i>
2.7. I servizi a supporto dell'internazionalizzazione	66
2.8. Riflessioni conclusive	70
Riferimenti bibliografici	72

Capitolo III

MADE IN ITALY E *BACKSHORING*: UN EXCURSUS DALLE SCELTE DI DELOCALIZZAZIONE ALLE RECENTI SCELTE DI RIMPATRIO DELLE PRODUZIONI

A cura di Giuseppina Talamo

3.1. Introduzione	75
3.2. I distretti industriali	77
3.3. I processi di delocalizzazione	79
3.4. Il <i>backshoring</i> e il ruolo del <i>made in</i>	80
3.5. Il <i>backshoring</i> in Italia	81
3.6. Le scelte di <i>policy</i> a supporto del rimpatrio delle produzioni	83
3.7. Considerazioni conclusive	85
Riferimenti bibliografici	86

Capitolo IV

FATTI DI BELLEZZA. IMMAGINE E IMMAGINARIO DELL'ITALIA E DEL MADE IN ITALY IN 7 MERCATI EMERGENTI

A cura di Alessandro De Nisco, Maria Rosaria Napolitano e Antonello D'Avino

4.1. Introduzione ed obiettivi	89
4.2. Metodologia dello studio	91
4.2.1. I criteri per la scelta dei paesi	91
4.2.2. Il <i>fieldwork</i> e le caratteristiche del campione	92
4.3. L'immagine generale e l'immagine culturale dell'Italia	96
4.4. La percezione dei prodotti made in Italy	100
4.5. Il grado di soddisfazione e alcuni test sui determinanti	105
4.6. Considerazioni conclusive	109
Riferimenti bibliografici	111

Capitolo V

AZIENDE QUOTATE DEL MADE IN ITALY E DEL LUSO ALLA LUCE DELLA CRISI FINANZIARIA DEL 2008

A cura di Sara Trucco

5.1. Introduzione ed obiettivi	113
--------------------------------	-----

	<i>pag.</i>
5.2. Metodologia di campionamento	114
5.3. Il metodo di ricerca	116
5.3.1. Variabili di ricerca	116
5.4. Risultati empirici	118
5.4.1. Analisi statistico descrittiva	118
5.4.2. Analisi del trend delle variabili di ricerca mediante l'uso di box-plot	120
5.4.3. Conduzione di t-test delle variabili di ricerca per verificare eventuali disuguaglianze tra i due campioni di analisi	124
5.5. Considerazioni conclusive	124
Riferimenti bibliografici	125
Appendice A – Settori di attività e principale attività aziendale svolta dalle aziende dei due campioni selezionati	127

Capitolo VI

INDIRIZZI NORMATIVI: ANALISI CRITICA DEGLI STRUMENTI LEGISLATIVI A SUPPORTO DEL MADE IN ITALY

A cura di Carloalberto Giusti

6.1. La normativa internazionale in materia di repressione delle false o fallaci indicazioni di provenienza dei prodotti: l'Accordo di Madrid	131
6.2. La normativa europea: il Regolamento (CE) 450/2008	132
6.3. La proposta di Regolamento del Parlamento Europeo e del Consiglio sulla sicurezza dei prodotti di consumo	134
6.4. La tutela del marchio: la normativa internazionale e comunitaria	135
6.5. La normativa italiana in materia di origine, tracciabilità e protezione dei prodotti made in Italy. La legge n. 350/2003 e il d.l. 14 marzo 2005, n. 35, convertito in legge 14 maggio 2005, n. 80	136
6.6. Il d.l. 25 settembre 2009, n. 135 convertito in legge 20 novembre 2009, n. 166 e la legge 8 aprile 2010, n. 55	138
6.7. L'orientamento della Suprema Corte: la sentenza del 24 maggio 2012, n. 19650	142
6.8. La protezione del "made in Italy" nel campo delle eccellenze agroalimentari: le indicazioni geografiche e le denominazioni di origine	143
Riferimenti bibliografici	144