

SYMBOLA Venerdì 7 luglio 2017 - 11:59

## Rapporto I.T.A.L.I.A., ecco la geografia del nuovo made in Italy

A seminario Treia il dossier [Symbola](#), Unioncamere e Fond. Edison



Treia, 7 lug. (askanews) – C'è un'Italia appassionata e apprezzata nel mondo, che produce ricchezza puntando su qualità e innovazione. Un'Italia di cui essere orgogliosi di cui spesso, però non c'è piena consapevolezza. Il rapporto I.T.A.L.I.A. 2017 – Geografie del nuovo made in Italy realizzato da Fondazione [Symbola](#), Unioncamere e dalla Fondazione Edison di Marco Fortis, presentato oggi a Treia nella sessione di apertura del XV Seminario estivo di [Symbola](#), nasce per raccontare questa parte del Paese.

Un rapporto che è arrivato alla sua terza edizione ed ha il patrocinio dei ministeri degli Affari Esteri, dello Sviluppo Economico, delle Politiche Agricole, dei Beni Culturali e del Turismo, dell'Ambiente e che ci porta in viaggio tra i tanti talenti e le eccellenze italiani. Scorrendo le pagine della ricerca scopriamo che l'Italia sa essere innovativa, versatile, creativa, reattiva, competitiva e vincente. Soprattutto sui mercati globali. Tanto che nel triennio 2014-2016 le nostre esportazioni sono cresciute di 26,7 miliardi di euro, seconda migliore performance in valore assoluto tra i 4 maggiori paesi dell'Eurozona dopo la Germania. Facendo guadagnare, nel 2016, alla nostra bilancia commerciale un



TG Web Lombardia

VIDEO



Menarini: sosteniamo il fair play nello sport come nella ricerca



La prima corsa dei tori a Pamplona, fra adrenalina e proteste

nuovo surplus record con l'estero: 51 miliardi di euro.

Da record anche il surplus commerciale manifatturiero, quello dell'Italia è infatti il quinto al mondo – con 90,5 miliardi di euro al 2016 – dietro alla Cina, alla Germania, alla Corea del Sud e al Giappone. Performance sostenute da migliaia di imprese medio-grandi, medie e piccole che ci fanno competere sui mercati globali grazie alle capacità di essere flessibili, attive in tanti campi diversi e di operare con modalità quasi 'sartoriali'.

fattori vincenti del made in Italy si confermano essere la creatività, l'innovazione, il design, la diversificazione e la propensione a realizzare beni quasi "tailor made" per i clienti, anche in settori hi-tech come la meccanica o i mezzi di trasporto.

Anche per questo l'Italia esprime 844 prodotti da record per saldo commerciale attivo con l'estero. Un risultato di tutto riguardo, raggiunto grazie a una scelta decisa sulla qualità. 2 Apre il rapporto un'indagine condotta di Ipsos sull'immagine e l'attrattività del Bel Paese in 19 stati, inclusa l'Italia. L'analisi evidenzia come a livello globale il nostro Paese rimanga uno dei più apprezzati al mondo, capace di infondere un senso di appartenenza collettivo. Siamo il primo Paese al mondo nella top list delle vacanze più desiderate. L'Italia è terza, dopo Stati Uniti e Gran Bretagna, per livello di notorietà tra gli intervistati. La conoscenza del nostro Paese si fonda su più aspetti: è noto l'immenso patrimonio culturale e architettonico, sono molto note e apprezzate la competenza, creatività e unicità della moda, così come molto apprezzata è l'enogastronomia. Ma lo sono anche l'apertura, la tolleranza e l'attenzione verso l'ambiente. Anche se gli italiani hanno una percezione di sé molto inferiore rispetto a quella che all'Estero si ha del nostro Paese.

Del resto, come ha scritto Edison, uno che di sfide se ne intendeva, "se fossimo ciò che siamo capaci di fare, rimarremmo letteralmente sbalorditi." "C'è un'Italia – commenta Ermete Realacci, Presidente della Fondazione Symbola – in grado di parlare al mondo con i suoi talenti, la sua creatività, il suo territorio, la sua bellezza. Capace con le sue energie migliori di affrontare a testa alta le sfide per il futuro a partire da quelle del clima, di un'economia più sostenibile e a misura d'uomo, della ricostruzione delle aree terremotate. Troppo spesso questo Paese non ha piena coscienza delle proprie potenzialità. Tanto che è una delle Nazioni al mondo in cui è maggiore la forbice tra percezione interna, spesso negativa, e percezione esterna positiva e favorevole. Un'Italia che fa l'Italia può essere protagonista insieme all'Europa delle grandi questioni aperte che abbiamo di fronte".

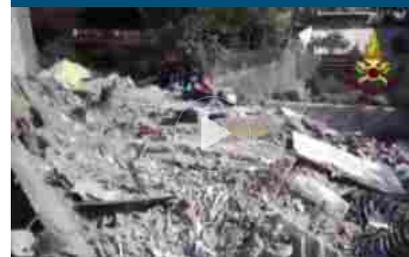
"L'Italia è percepita come un bouquet di eccellenze di prodotti, di brand e di territori". È quanto afferma il segretario generale di Unioncamere Giuseppe Tripoli. "In sette anni le nostre esportazioni sono cresciute significativamente (+43%) e per saldo commerciale su quasi mille prodotti siamo leader nel mondo o nelle primissime posizioni. Da oltre dieci anni, inoltre, l'Italia è in vetta per pernottamenti di turisti non europei (60 milioni di notti). E possiamo fare di più per sfruttare il nostro potenziale. Ci sono almeno 70 mila imprese potenzialmente esportatrici che potrebbero varcare i confini nazionali perché hanno tutte le carte in regola per farlo. Il digitale è un moltiplicatore di esportazioni e di innovazione e cresce quotidianamente il numero delle imprese che comincia a utilizzarlo grazie anche a Industria 4.0. Ogni impresa in



Seminario Symbola, Realacci: due giorni per capire il futuro



Migranti, da Tallinn si a soldi alla Libia: le Ong protestano



Crolla una palazzina a Torre Annunziata: 8 dispersi



Shakira, Chris Martin e Justin Trudeau al concerto per il G20

VEDI TUTTI I VIDEO

VIDEO PIÙ POPOLARI



askanews

Mi piace questa Pagina 74 mila "A"

più che comincia a utilizzare l'e-commerce raddoppia il fatturato. E sono ancora tantissime quelle che non l'utilizzano. Sono questi i campi - conclude - sui cui le Camere di commercio stanno lavorando".



#### NOTIZIE CORRELATE



Tweet di @askanews\_ita

Symbola

**A Treia si apre il seminario estivo Symbola**



Symbola

**Symbola, Realacci: ponte tra Italia e Cina per costruire futuro**