

Rapporto **Symbola**: italiani inconsapevoli del valore del proprio Paese  
Eppure primeggiano in molti campi, dagli investimenti in ricerca al riciclo

Il segreto di questo successo? Sapersi muovere in rete

Infatti i migliori risultati economici arrivano dalle imprese coesive

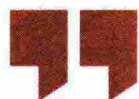
# L'ITALIA CHE CE LA FA (MAI DA SOLI)

di **ERMETE REALACCI\***

**P**uò sembrare paradossale, vista la campagna di delegittimazione delle Ong, con gli effetti rilevati dal sondaggio di Nando Pagnoncelli pubblicato sul Corriere della Sera, ma il Seminario della Fondazione **Symbola** «Da soli non si può. Empatia e tecnologia per costruire il futuro» ha confermato l'importanza della coesione sociale per la nostra economia. Un'Italia che sa parlare al mondo. Con i suoi talenti, la sua creatività, il suo territorio, la sua bellezza. Capace, con le sue energie migliori, di affrontare le criticità del nostro tempo, considerandole anche opportunità per uno sviluppo sostenuto e sostenibile, a misura d'uomo. È l'Italia che si rispecchia in I.T.A.L.L.A. rapporto realizzato dalla Fondazione **Symbola** con Unioncamere e Fondazione Edison. Il nostro Paese non ha piena coscienza delle proprie potenzialità né di quanto i risultati ottenuti siano spesso frutto di fatica di singoli e insieme impresa collettiva. L'indagine condotta da Ipsos, all'interno del rapporto, riguarda proprio la percezione e la consapevolezza delle capacità del Bel Paese. L'Italia è tra i primi 10 Paesi al mondo per investimenti in ricerca e sviluppo: solo il 13% degli italiani ne è consapevole, e addirittura quasi uno su due (45%) la ritiene una notizia poco attendibile. Con il 76,9% siamo il Paese europeo con la più alta percentuale di riciclo sulla totalità dei rifiuti, più del doppio della media comunitaria (36%). Con il 18,5% di materia seconda sui consumi totali di materia delle imprese, siamo anche primi tra i grandi Paesi europei per tasso di circolarità dell'economia. Un riuso di materia che comporta un risparmio pari a 21 milioni di tonnellate equivalenti di petrolio e a 58 milioni di tonnellate di CO<sub>2</sub>.

Guardandoci allo specchio capita troppo spesso di vederci molto meno in forma di quanto non ci considerino fuori dei nostri confini. All'estero cresce la domanda di Italia. In base all'analisi svolta sulle ricerche effettuate su Google, il numero di quelle legate al made in Italy e alle parole chiave ad esso riconducibili – un fondamentale indicatore della notorietà e del desiderio dei prodotti italiani nel mondo – è cresciuto del 56% tra il 2015 e il 2018. Da record il surplus commerciale manifatturiero: quello dell'Italia è infatti il quinto al mondo - con 106,9 miliardi di dollari - 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. I fattori vincenti del made in Italy si confermano essere la creatività, l'innovazione, il design, i settori hi-tech come la meccanica o i mezzi di trasporto. Come ha sostenuto il presidente Sergio Mattarella, «la nostra economia ha alle spalle una rete robusta di solidarietà, un sistema di imprese coscienti della propria funzione sociale, un retroterra di legalità, conoscenza diffusa, passioni civili». Il «da soli non si può» riguarda i singoli cittadini ma anche imprese e territori. Perché un'Italia unita, forte nell'Europa, rappresenta una chiave per affrontare temi complessi e urgenti. Nelle nostre società la produzione di valore economico e quella di valore sociale non sono disgiunte, ma camminano assieme, attivando dinamiche collaborative trasversali e multidirezionali che coinvolgono una pluralità di soggetti. A cominciare dal settore non profit: un comparto che negli ultimi anni non solo è cresciuto in termini di occupati e di rilevanza economica, ma ha espresso un dinamismo che ha senza dubbio aiutato il nostro Paese a contrastare gli effetti della crisi economica ed occupazionale.



**Nelle nostre società  
la produzione di valore  
economico e quella di valore  
sociale non sono disgiunte, ma  
camminano assieme, attivando  
dinamiche collaborative  
trasversali e multidirezionali  
che coinvolgono  
una pluralità di soggetti**

del fatturato è atteso per il 2019 dal 31,0% delle imprese coesive contro il 13,9% nel caso di quelle non coesive. Un divario che si conferma anche con specifico riferimento all'aumento dell'export (20,1% vs 8,5%). Migliori risultati economici che si riflettono in campo occupazionale, perché il 20,9% delle imprese coesive prevede una crescita degli occupati contro il più ridotto 8,8% relativo alle imprese non coesive. C'è una parte importante dell'economia italiana che è più forte proprio perché più a misura d'uomo ed è in grado di affrontare, insieme all'Europa, le sfide della crisi climatica. Un'Italia che fa l'Italia può essere protagonista se trova una visione comune, se non lascia indietro nessuno, se non lascia solo nessuno.

E funzionano proprio le imprese più coesive che curano le relazioni con i propri lavoratori e con i soggetti che fanno parte del loro ecosistema: altre imprese e consumatori, organizzazioni non profit, istituti di credito, scuola, università e istituzioni. Le imprese coesive hanno maggiore fiducia nel futuro e si aspettano migliori performance economiche (fatturato e export) e occupazionali. Un aumento

\* Presidente Fondazione **Symbola**

© RIPRODUZIONE RISERVATA