

PROMOSSO CON



FONDAZIONE SYMBOLA, UNIONCAMERE E FONDAZIONE EDISON PRESENTANO IL RAPPORTO
I.T.A.L.I.A. 2015

**CRESCE LA VOGLIA DI ITALIA NEL MONDO: LE RICERCHE SU GOOGLE DI PRODOTTI ITALIANI
SONO AUMENTATE DEL 22% TRA 2011 E 2014
CIRCA L'80% DEGLI AMERICANI E DEI CINESI ASSOCIA AL MADE IN ITALY UN VALORE POSITIVO**

932 PRODOTTI MADE IN ITALY DA PODIO MONDIALE NELL'EXPORT

L'ITALIA E' TRA I SOLI 5 PAESI AL MONDO CON SUPRPLUS MANIFATTURIERO SOPRA I 100 MLD \$

REALACCI: "PER SFIDARE LA CRISI L'ITALIA DEVE FARE L'ITALIA"

Treia, 26 giugno 2015. C'è un'Italia di cui spesso non si ha consapevolezza e che fa cose di cui essere orgogliosi. Il rapporto *I.T.A.L.I.A. – Geografie del nuovo made in Italy* di Fondazione Symbola, Unioncamere e Fondazione Edison, presentato oggi a Treia nella sessione di apertura del XIII Seminario estivo di Symbola, nasce per raccontare questa parte del Paese. Un rapporto che ha il patrocinio dei ministeri degli Affari Esteri, delle Politiche Agricole, dei Beni Culturali, dell'Ambiente e di Expo Milano 2015 e che ci porta in viaggio tra i tanti talenti italiani.

Scorrendo le pagine del rapporto scopriamo che l'Italia sa essere innovativa, versatile, creativa, reattiva, competitiva e vincente. Soprattutto sui mercati globali. Tanto da esprimere, nonostante i sette anni di crisi, **quasi mille prodotti** con saldo commerciale attivo da record. Un risultato di tutto riguardo, raggiunto grazie a una scelta decisa sulla qualità. E in linea con il nostro primato sul fronte dell'avanzo commerciale: **l'Italia è uno dei soli cinque paesi al mondo che vanta un surplus manifatturiero sopra i 100 miliardi di dollari**. In compagnia di grandi potenze industriali come Cina, Germania, Giappone e Corea. Una leadership che ci parla di qualità crescente riconosciuta alla nostra manifattura. Non a caso dall'introduzione dell'euro l'Italia ha visto i valori medi unitari dei suoi prodotti salire del 39%, facendo meglio di Regno Unito (36%) e Germania (23%).

Dati supportati anche dalle tendenze rilevate da un recente sondaggio Ipsos secondo cui circa **l'80% degli statunitensi e dei cinesi riconosce nel made in Italy un grande valore**. Sia all'estero che in patria il made in Italy è sinonimo di moda, artigianato, arredamento, design e cibo, e soprattutto di bellezza e qualità. **Due italiani su tre sono disposti a pagare un sovrapprezzo per avere prodotti 100% italiani**. Grazie alla bellezza e alla qualità connaturata ai nostri prodotti, poi, l'Italia continua a produrre cose che piacciono al mondo e che sono sempre più desiderate sui mercati globali. Come ci dicono i dati relativi alle **ricerche su Google dei prodotti made in Italy, cresciute dal 2011 al 2014 di ben il 22%**. Specie in Paesi come Giappone, Emirati Arabi, Usa, Russia e Brasile. Del resto aprirsi ai mercati globali sfruttando anche le

CON IL PATROCINIO DI



PROMOSSO CON



possibilità offerte dalle nuove tecnologie è una risposta concreta, e già praticata da molte delle nostre imprese, alla contrazione del mercato interno.

È questo il Paese che emerge da **I.T.A.L.I.A. – Geografie del nuovo made in Italy**, un rapporto che, senza nascondere le difficoltà del nostro mercato interno, misura la competitività del sistema produttivo italiano non con parametri 'tradizionali' come la quota di mercato detenuta sull'export mondiale, ma con un nuovo indicatore capace di cogliere e leggere in modo assai più fedele e puntuale quanto si muove nella nostra economia: **la bilancia commerciale dei singoli prodotti**. Vuol dire che se pensiamo al mercato globale come a un'olimpiade, ai prodotti come discipline sportive in cui vince chi ha un export di gran lunga superiore all'import, l'Italia arriva a medaglia quasi mille volte. Fanno meglio di noi solo Cina, Germania e Stati Uniti.

"Mentre la crisi sembra finalmente allentare la sua presa sul Paese, è ancora più importante avere un'idea di futuro, capire quale posto vogliamo che l'Italia occupi in un mondo che cambia. Più che in passato – commenta **Ermete Realacci**, Presidente della Fondazione Symbola –, l'Italia deve fare l'Italia rispondendo ad una domanda che aumenta ed è confermata dai dati sull'innalzamento delle ricerche di made in Italy su Google e sul gradimento dei prodotti italiani in grandi paesi come Stati Uniti e Cina. E puntare sui talenti che il mondo le riconosce: bellezza, qualità, conoscenza, innovazione, territorio e coesione sociale che sempre più incrociano la frontiera della green economy. Talenti che ci consegnano le chiavi della contemporaneità e delle sfide del futuro perché assecondano la voglia crescente di sostenibilità dei consumatori e danno risposte ai grandi cambiamenti negli stili di vita e nei modelli di produzione. E' così che il nostro Paese, già oggi, può declinare quel 'rifiuto dello scarto' e quell'attenzione alle cose e alle persone del creato che papa Francesco mette al centro della sua enciclica *Laudato si'*".

"Le geografie del nuovo made in Italy presentate nel *Rapporto I.T.A.L.I.A.* fotografano una capacità di reazione alla crisi delle nostre imprese che ha dello straordinario, se si tiene conto del sempre difficile contesto internazionale oltre che dei ritardi infrastrutturali, della pressione fiscale e delle criticità burocratiche di cui il sistema-Paese continua a soffrire - sottolinea il Segretario generale di Unioncamere, **Claudio Gagliardi** -. La scelta di investire in qualità, sfruttando le leve dell'eco-innovazione, della cultura e del legame con i territori sta premiando lo sforzo di molti imprenditori facendo raggiungere posizioni da primato nel mondo a tanti prodotti italiani dalla meccanica all'agroindustria, dalla moda al turismo. Ma i primati riguardano anche settori all'avanguardia come l'aerospaziale, le biotecnologie o la robotica. Ora però bisogna puntare con decisione sulle competenze digitali per riprogettare le strategie aziendali: passa anche da questa strada la ripresa dell'occupazione e la sostenibilità dello sviluppo del Paese".

"Anche i dati di questo Rapporto dimostrano la forza dell'industria manifatturiera italiana che primeggia sui mercati internazionali in moltissimi settori produttivi – spiega **Marco Fortis**, Direttore e Vicepresidente della Fondazione Edison -. Le eccellenze del Made in Italy coprono ormai non più soltanto i prodotti tradizionali della moda, dell'arredo-casa, dell'alimentare e dei

CON IL PATROCINIO DI



PROMOSSO CON



vini, ma anche numerose branche della meccanica e dell'ingegneria, specializzazioni della chimica, i mezzi di trasporto, la gomma-plastica ed ora anche la farmaceutica, protagonista di un autentico boom dell'export negli ultimi anni. Il Piano del Governo per l'export e il made in Italy mette ora a disposizione risorse senza precedenti per le fiere di settore, per l'internazionalizzazione e l'attrazione degli investimenti esteri. Potrà dunque stimolare ulteriori progressi dell'Italia sui mercati mondiali."

Le eccellenze competitive italiane nel commercio con l'estero. L'Italia vanta un totale di **932 prodotti classificatisi primi, secondi o terzi** al mondo per saldo commerciale attivo con l'estero.

Più nel dettaglio, il nostro Paese vanta **235 prodotti medaglia d'oro** a livello mondiale per saldo commerciale, eccellenze che ci fanno guadagnare **56 miliardi di dollari**. I nostri prodotti che si classificano al **secondo posto** nel mondo per saldo commerciale sono invece **376** e fruttano **68 miliardi** di dollari. Le **medaglie di bronzo** dell'export italiano sono invece **321** prodotti e valgono un saldo commerciale complessivo di **53 miliardi**. Nell'insieme questi campioni dell'export fanno conquistare al Paese un surplus commerciale di **177 miliardi** di dollari. E poi ci sono altri **500 prodotti in cui l'Italia si è classificata quarta o quinta** per saldo commerciale mondiale e che hanno aggiunto alla nostra bilancia commerciale altri **40 miliardi** di dollari.

Industria, i settori competitivi e la forza dei distretti. Oltre ai numeri, sono significativi anche i settori che generano questo surplus. La maggior parte delle nostre eccellenze manifatturiere non proviene solo da settori tradizionali, quali potrebbero essere il tessile o le calzature, ma arriva dalla meccanica e dai mezzi di trasporto, dalle tecnologie del caldo e del freddo, dalle macchine per lavorare legno e pietre ornamentali, tubi e profilati cavi, dagli strumenti per la navigazione aerea e spaziale. Ai quali si affianca il presidio di quei settori in cui il made in Italy è forte per tradizione, come il design o il lusso. Andando ad analizzare i nostri **235 prodotti medaglia d'oro**, emerge infatti che 25,6 dei 56 miliardi di surplus generati dalle nostre eccellenze provengono da beni del settore dell'automazione meccanica, della gomma e della plastica; altri 18,4 miliardi si devono ai beni dell'abbigliamento e della moda, 7,3 miliardi da beni alimentari e vini; 0,4 dai beni per la persona e la casa; mentre 4 miliardi derivano da altri prodotti, tra cui quelli dell'industria della carta, del vetro e della chimica. **Tra i prodotti secondi posti** per saldo commerciale hanno particolare rilevanza rubinetteria e valvolame, che portano al Paese un bottino di 4,9 miliardi di dollari. Segue il settore di vini e spumanti con 4,5 miliardi di dollari, i mobili in legno e parti di essi, lavori in ferro e acciaio, i trattori agricoli, le piastrelle e ceramiche per l'arredo, le parti di turbine a gas, macchine per riempire e imbottigliare ed etichettare, lavori in alluminio, parti di macchine e apparecchi meccanici, barche e panfili da diporto.

Per quanto **riguarda i nostri prodotti medaglia di bronzo** per saldo commerciale mondiale vanno citati gli oggetti di gioielleria, le parti e gli accessori per trattori e autoveicoli, piastrelle e lastra da pavimentazione o rivestimento, macchine e apparecchi meccanici, prodotti di materie plastiche, ingranaggi e ruote di frizione per macchine, pompe e compressori per aria, divani, poltrone, freni e servofreni, ponti con differenziale per autoveicoli, costruzioni di ghisa, ferro e acciaio.

CON IL PATROCINIO DI



PROMOSSO CON



Turismo. Una menzione a sé merita anche il turismo: non avremo mai un ritratto fedele delle performance del settore fino a quando verrà usato come indicatore il numero di arrivi. Al contrario, guardando ai pernottamenti, a fronte della sofferenza del mercato domestico, si evidenzia il **primato italiano nell'Eurozona per pernottamenti di turisti extra UE**. Nel 2013, infatti, con **56 milioni di notti all'attivo** l'Italia si è classificata prima nella zona euro per numero complessivo di pernottamenti di turisti extra-UE. Come dire che nel Vecchio Continente siamo la meta preferita di americani, giapponesi, cinesi, australiani, canadesi, brasiliani, sudcoreani, turchi, ucraini e sudafricani. E il contributo diretto del turismo al nostro Pil nel 2014 è stato del 4,1%, per un valore di 66 miliardi di euro.

Agroalimentare, un settore vocato alla qualità. Il nostro agroalimentare è un comparto in cui la vocazione alla qualità è evidentissima. Non a caso l'Italia ha una capacità di creare valore aggiunto pari a quasi 2000 euro per ettaro: più del doppio della media europea, il triplo del Regno Unito (614€/ha), il doppio di Spagna (906€/ha), e Germania (994€/ha), e il 60% in più dei cugini francesi (1.226€/ha). Non solo, con 273 prodotti registrati tra Dop, Igp e Stg, 523 tra vini a denominazione di origine controllata e garantita o a indicazione geografica tipica e 4698 specialità tradizionali regionali, vantiamo il primato prodotti registrati e siamo il primo paese dell'UE per numero di imprese biologici (44 mila). L'agricoltura italiana è tra le più sostenibili in Europa – emette il 35% di gas serra in meno della media Ue – e fra le più sicure, con una quota di prodotti che presentano residui chimici inferiore di quasi 10 volte rispetto alla media europea. È anche per questi motivi che la nostra agricoltura, nel 2014, riesce a confermare il suo primato in Europa, insieme alla Francia, per valore aggiunto (31,6 miliardi di euro).

Localismo e sussidiarietà: il Terzo Settore. Nella produzione ed erogazione di servizi il nostro Paese non raggiungerebbe mai l'attuale grado di welfare se non potesse contare sul contributo della variegata galassia del terzo settore. Un altro dei primati tricolori: tra i Big Ue, con il 9,7%, l'Italia è prima per quota di addetti del Terzo Settore sul totale dell'economia. E queste realtà muovono **entrate per 64 miliardi di euro, equivalenti al 3,4%** dell'economia nazionale. Una ricchezza che andrebbe affiancata anche con il risparmio e il benessere sociale derivante dalle ore di lavoro messe gratuitamente a disposizione da **4,7 milioni** di volontari. Numeri che ci parlano di un modello che coglie quell'economia delle responsabilità, della sobrietà e della condivisione che si fa strada.

Innovazione e ambiente.

L'Italia è quarta in Europa ed è uno degli otto Paesi Ocse ad avere una spesa in ricerca e sviluppo superiore ai 20 miliardi di dollari. L'Eurostat ha evidenziato nelle imprese italiane una spiccata propensione all'innovazione: con il 42% di imprese innovatrici, l'Italia si colloca al di sopra della media UE (pari al 36%), non ai livelli di Germania e dei paesi del Baltico, ma meglio di Francia, Regno Unito e Spagna. Il nostro sistema produttivo, inoltre, ha incorporato la green economy come un fattore competitivo: dall'inizio della crisi, oltre 340mila aziende (il 22% del totale) hanno

CON IL PATROCINIO DI



PROMOSSO CON



investito in questo senso, e nella manifattura arriviamo al 33%. Arriviamo così ai vertici dell'Ue per eco-efficienza, con 104 tonnellate di CO2 ogni milione di euro prodotto (la Germania ne immette in atmosfera 143, il Regno Unito 130) e 41 di rifiuti (65 la Germania e il Regno Unito, 93 la Francia). Siamo, poi, campioni europei nell'industria del riciclo: a fronte di un avvio a recupero industriale di 163 milioni di tonnellate di rifiuti su scala europea, nel nostro Paese ne sono stati recuperati 24,1 milioni, il valore assoluto più elevato tra tutti i paesi europei (in Germania 22,4 milioni).

Arte e cultura, un settore strategico e trainante.

Fanno parte del sistema produttivo culturale e creativo (tra industrie culturali propriamente dette, industrie creative - attività produttive ad alto valore creativo ma ulteriori rispetto alla creazione culturale in quanto tale - patrimonio storico artistico, performing arts e arti visive) oltre 443mila imprese, il 7,3% del totale delle attività economiche nazionali. Danno lavoro a oltre 1,4 milioni di persone, il 5,9% del totale degli occupati. Creano, direttamente, 78,6 miliardi di euro di valore aggiunto, che arrivano ad 84 circa, equivalenti al 5,8% dell'economia nazionale, se includiamo anche istituzioni pubbliche e realtà del non profit attive nel settore della cultura. E ne attivano nel resto dell'economia altri 143. In tutto fa 227 miliardi: il 15,6% circa del totale.

Ufficio stampa Symbola – Laura Genga – cell. 380/7067441

Ufficio stampa Unioncamere – Alessandra Altina – cell. 348/9025607

CON IL PATROCINIO DI

