

# Geografie del nuovo Made in Italy 2019

italia.



UNIONCAMERE



**Symbola**  
FONDAZIONE PER LE QUALITÀ ITALIANE

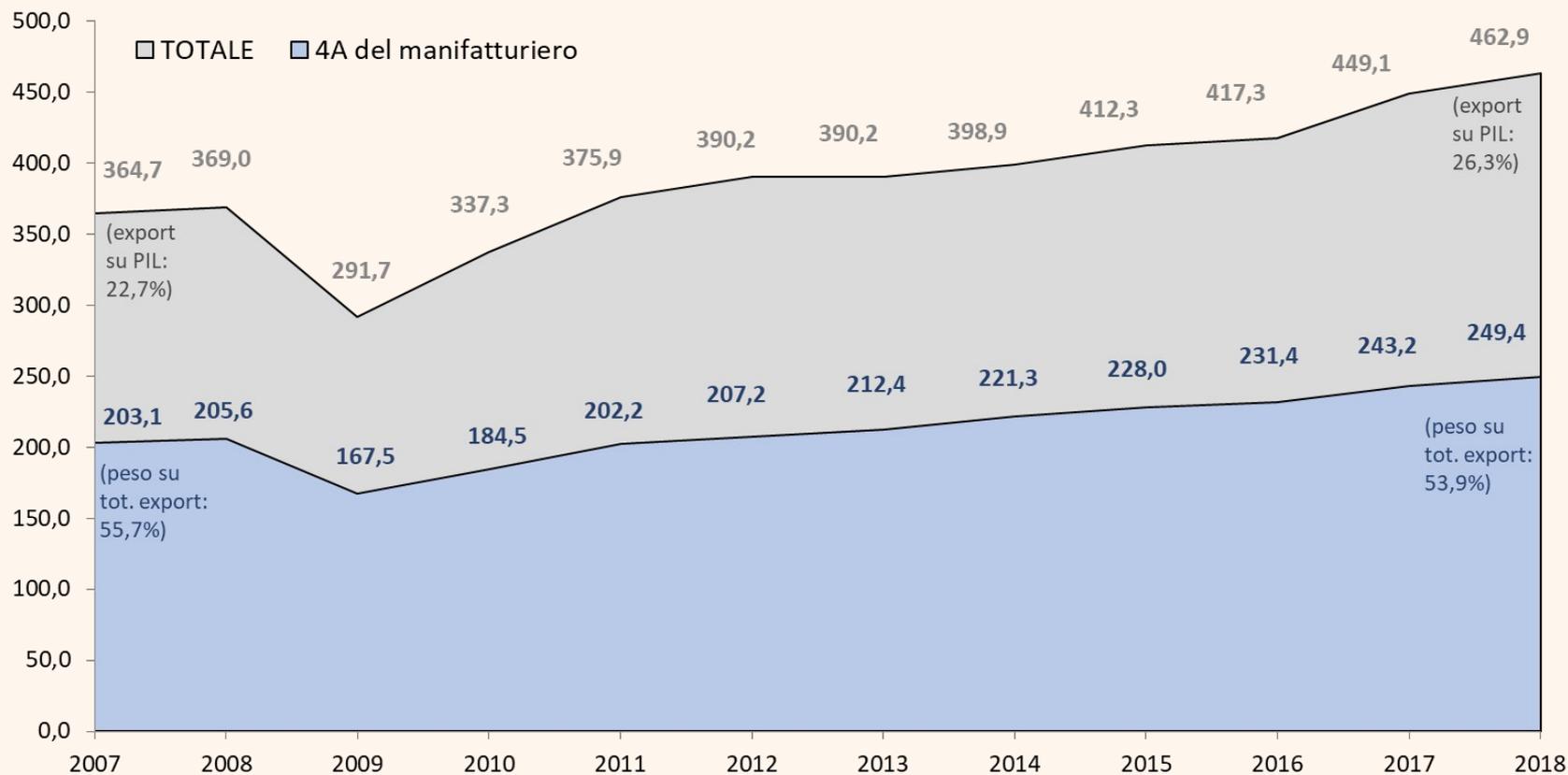


FONDAZIONE  
EDISON

Industria

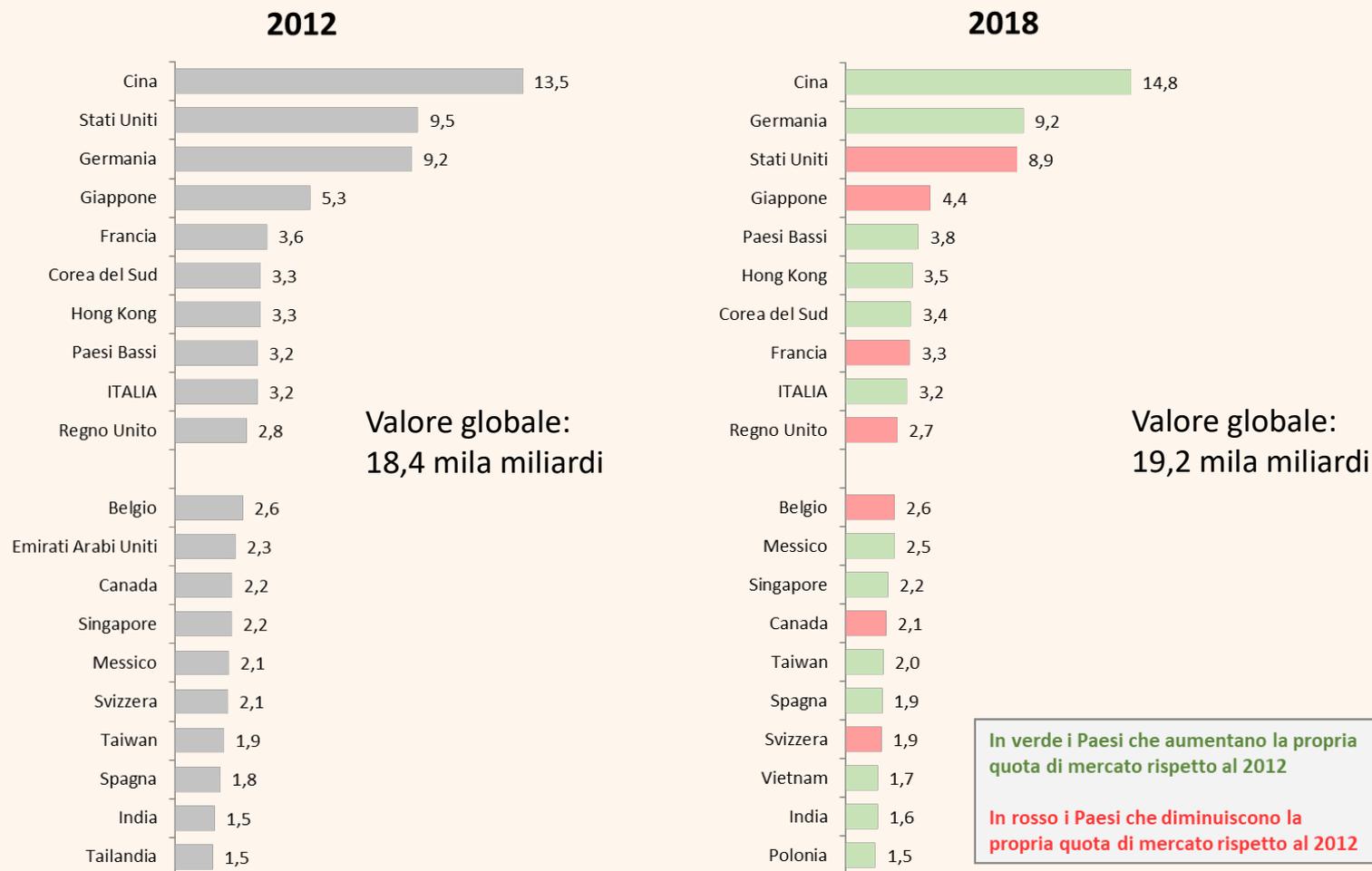
# Andamento dell'export italiano negli ultimi anni

Anni 2007-2018 (valori in miliardi di euro)



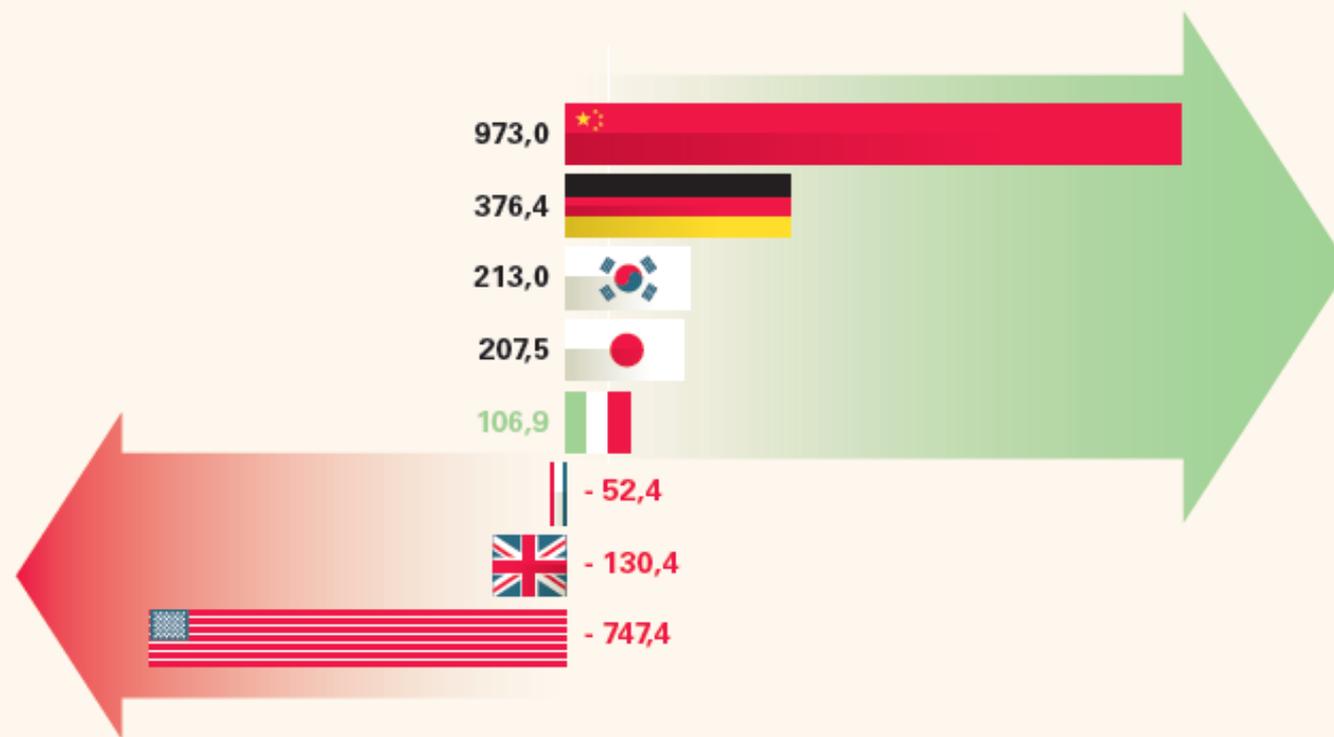
# Primi 20 paesi del mondo per quote di mercato al netto dei prodotti petroliferi

Anni 2012 e 2018 (quote di mercato sul totale mondiale al netto di attività estrattive e prodotti petroliferi raffinati, valori %)



## La bilancia manifatturiera di alcuni paesi del G20

Anno 2017 (miliardi di dollari)



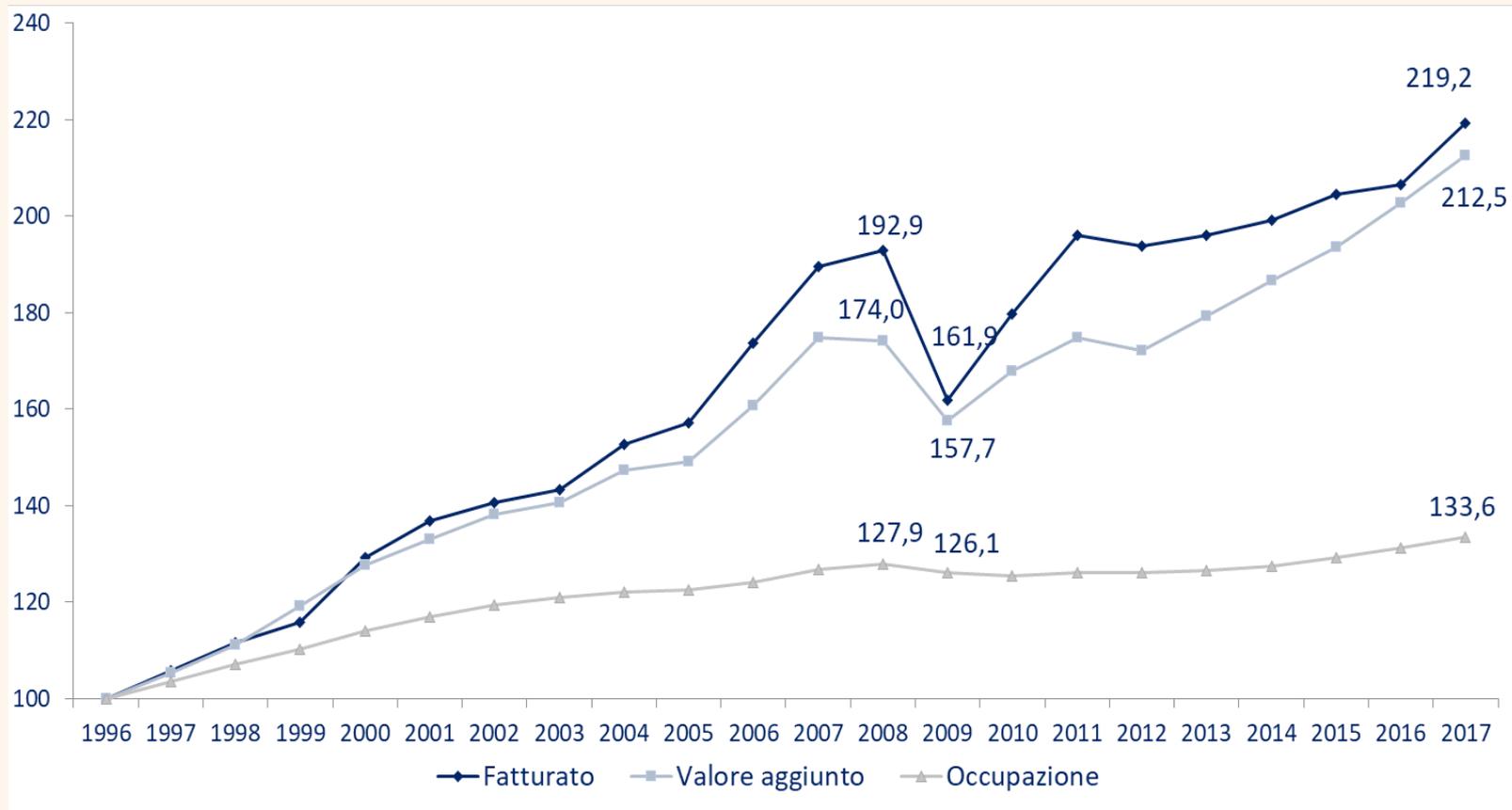
## I primi 10 distretti industriali per crescita dell'export nel 2018

(valori in milioni di euro; distretti con un export annuale superiore ai 250 milioni di euro)

	<b>Distretto</b>	<b>Specializzazione</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>Var % 2018/2017</b>
1	<b>Firenze</b>	Farmaceutica	1.326,1	2.086,4	57,3%
2	<b>Milano</b>	Farmaceutica	3.675,0	4.896,1	33,2%
3	<b>Etna Valley</b>	Elettronica	344,9	453,9	31,6%
4	<b>Astigiano</b>	Vini	278,5	362,0	30,0%
5	<b>Vergiate</b>	Aeromobili	1.277,9	1.612,2	26,2%
6	<b>Monza</b>	Cosmetica	397,5	474,2	19,3%
7	<b>Viareggio</b>	Nautica da diporto	574,7	664,3	15,6%
8	<b>Brescia</b>	Macchine utensili	369,6	425,7	15,2%
9	<b>Modena</b>	Altre macchine di impiego generale	1.139,9	1.312,8	15,2%
10	<b>Langhe</b>	Vini	855,2	980,8	14,7%

## Le medie imprese industriali

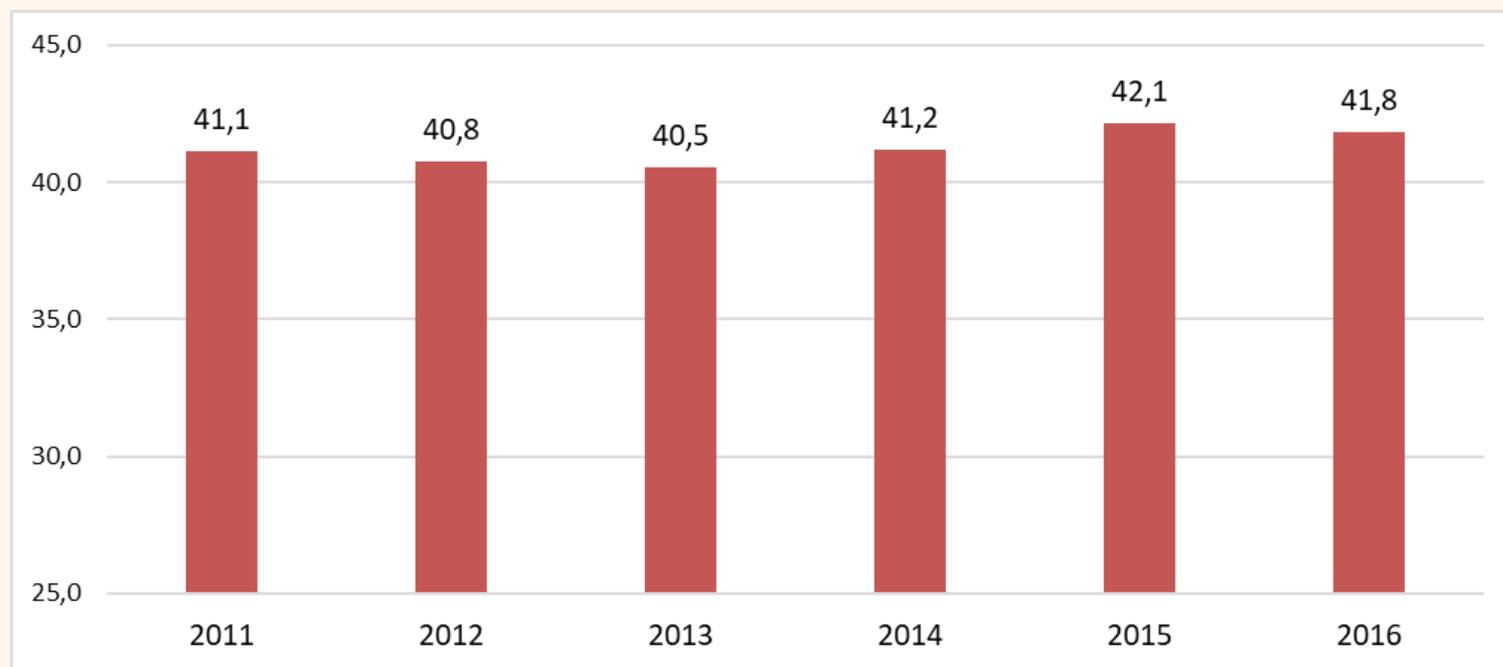
Andamenti del fatturato, valore aggiunto e occupazione delle medie imprese italiane (numeri indici 1996=100)



**Medie imprese manifatturiere: 89,5% Centro-Nord, 10,5% Mezzogiorno**

## Il contributo delle medie imprese all'export italiano

Quota di export delle imprese tra 50 e 499 addetti (valori %)



## Numero di prodotti in cui l'Italia è ai vertici mondiali per saldo commerciale

Anno 2017 (su un totale e di 5.206 prodotti in cui è suddiviso il commercio internazionale)



## Stock di robot industriali, stima a livello mondiale i sette principali mercati

Anno 2017 (migliaia di unità)



Turismo

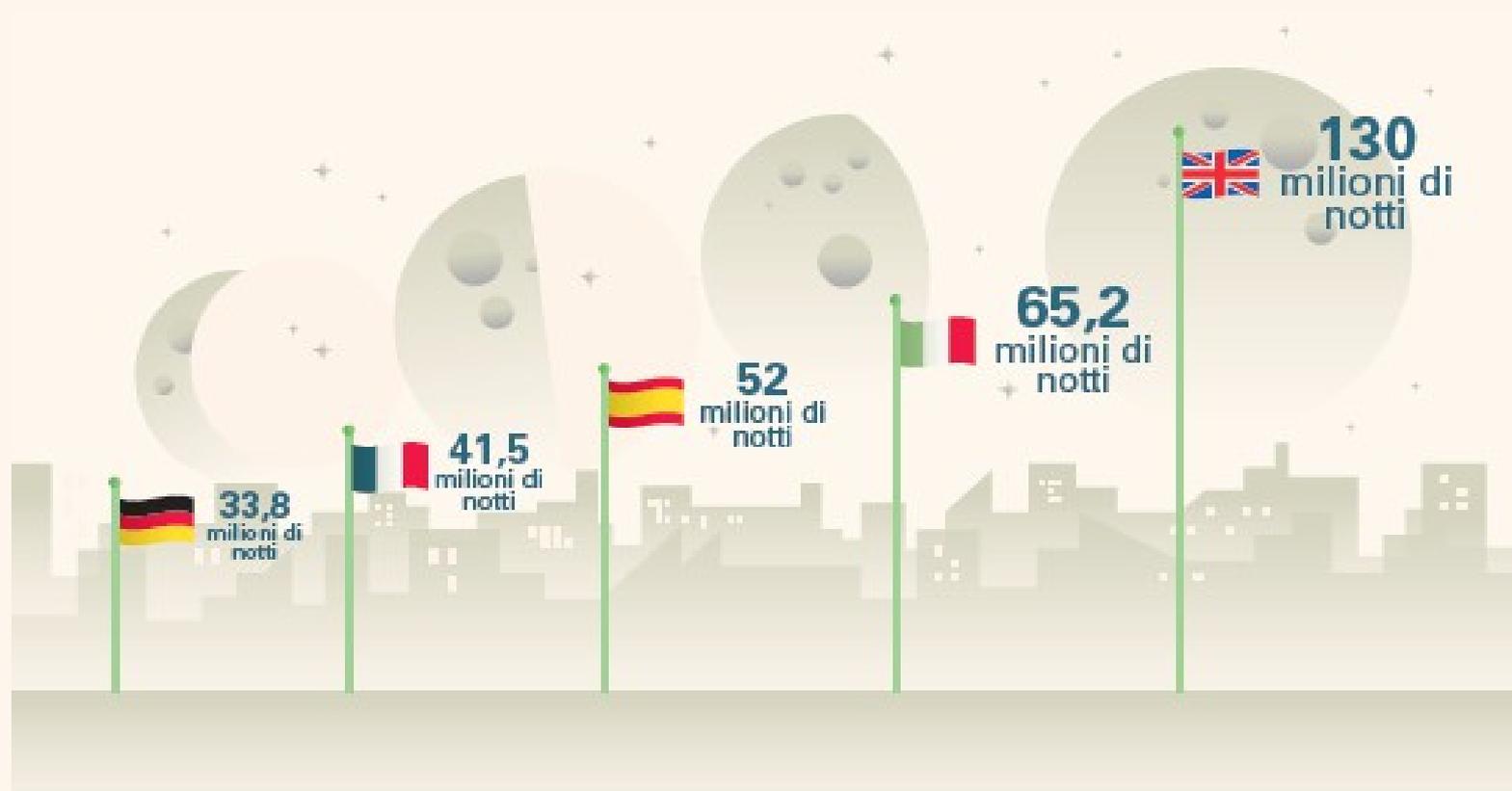
## Numero di pernottamenti di turisti non residenti dei principali competitor europei

Anno 2017 (milioni di notti; \*Regno Unito: 2016)

Paesi	NON RESIDENTI
Spagna	305,9
Regno Unito *	279,5
<b>ITALIA</b>	<b>210,7</b>
Francia	133,5
Grecia	89,3
Austria	86,0
Germania	83,1
Croazia	80,2
Portogallo	48,9
Paesi Bassi	44,2

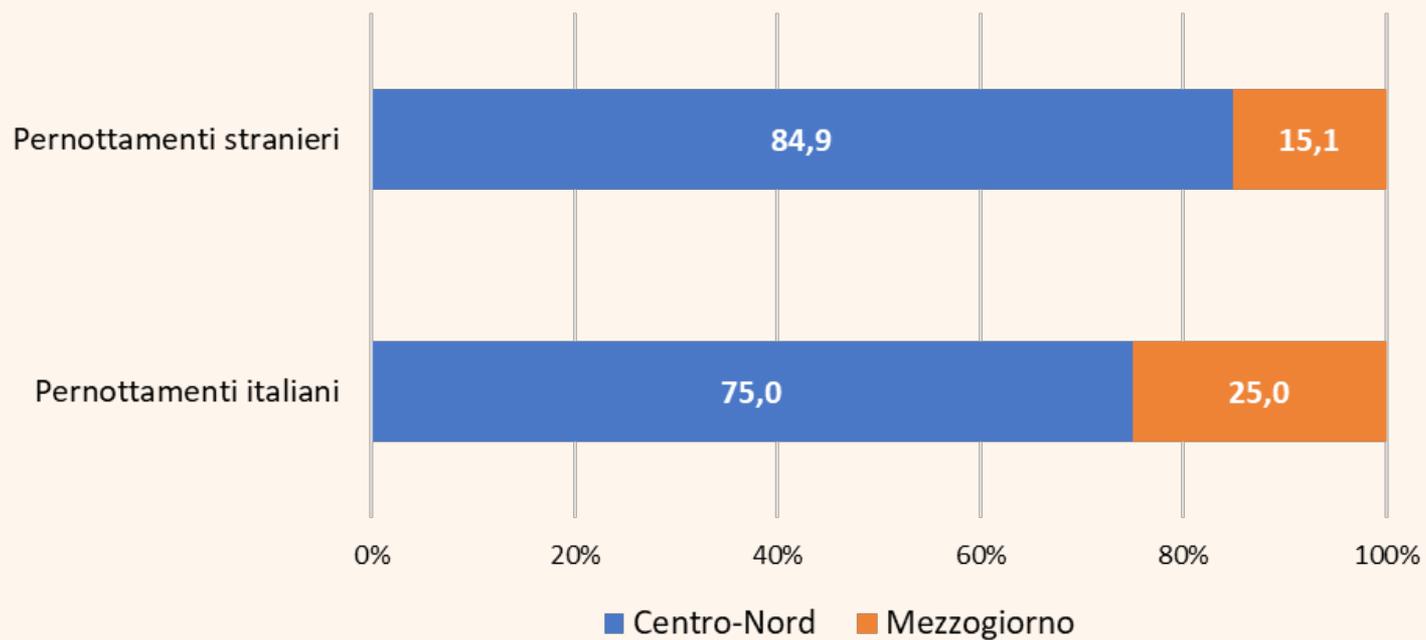
## Pernottamenti di turisti extra-europei nell'Unione Europea

Anno 2017 (milioni di notti; \*Regno Unito: 2016)



## Pernottamenti di turisti per provenienza e area geografica

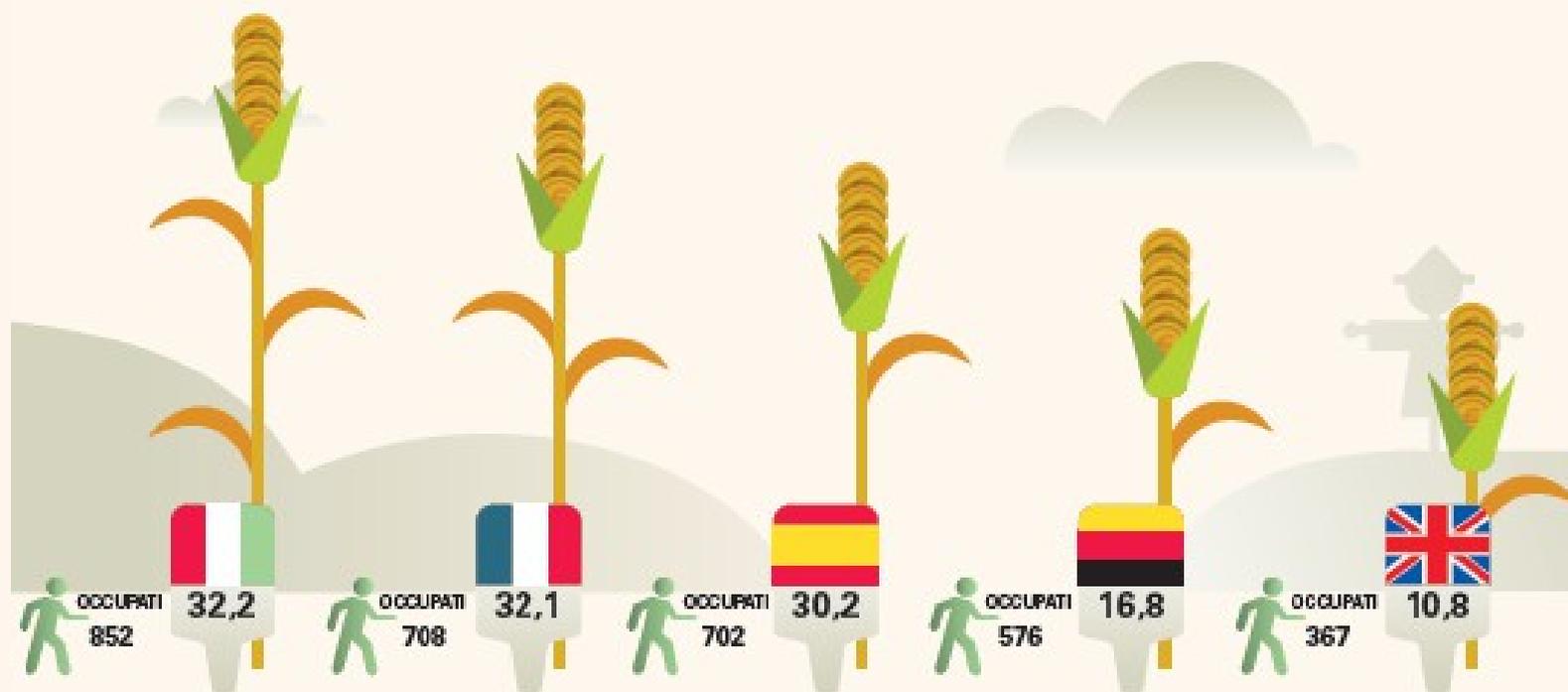
Anno 2018 (valori %)



Agroalimentare

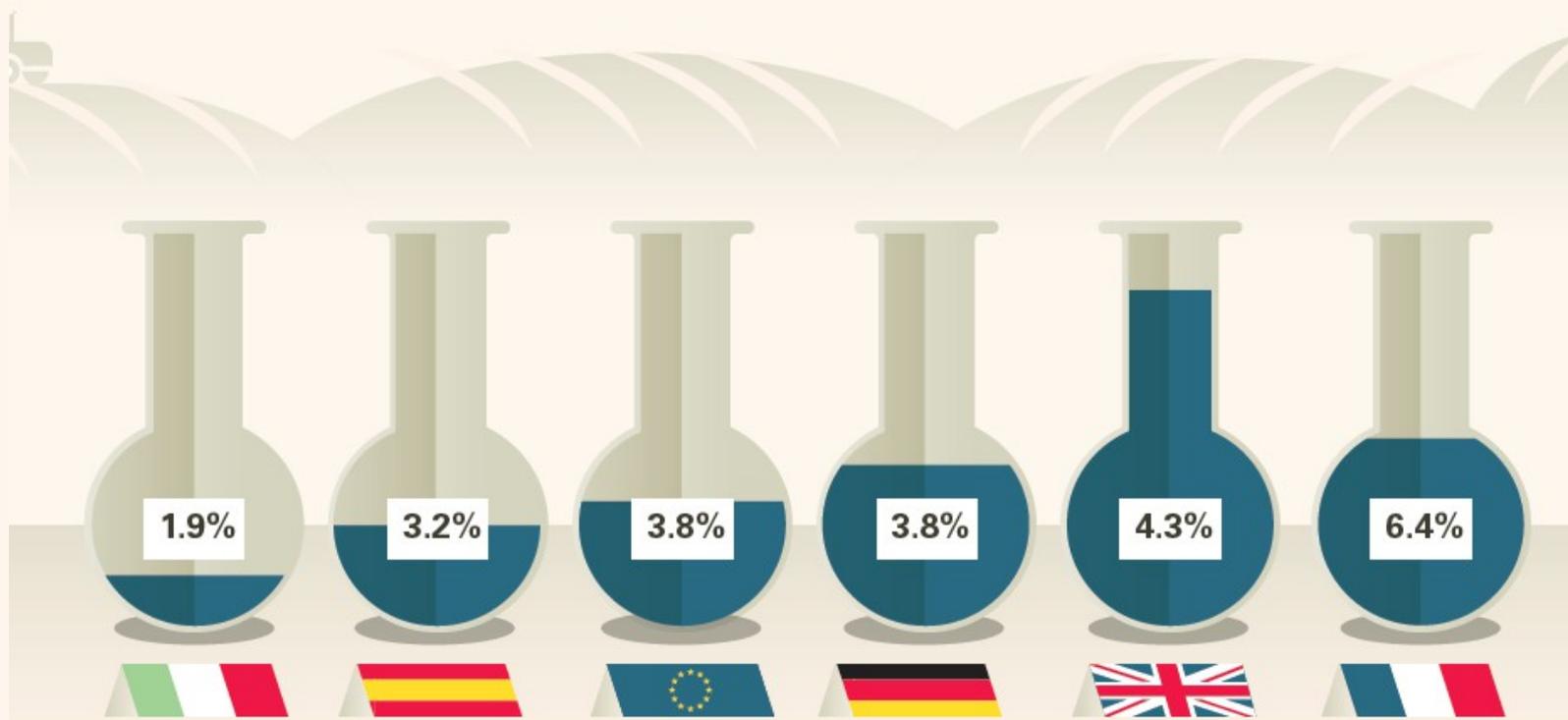
## Valore aggiunto e occupati dell'agricoltura nelle 5 grandi economie UE

Anno 2018 per il valore aggiunto (miliardi di euro), 2016 per gli occupati (migliaia di unità)



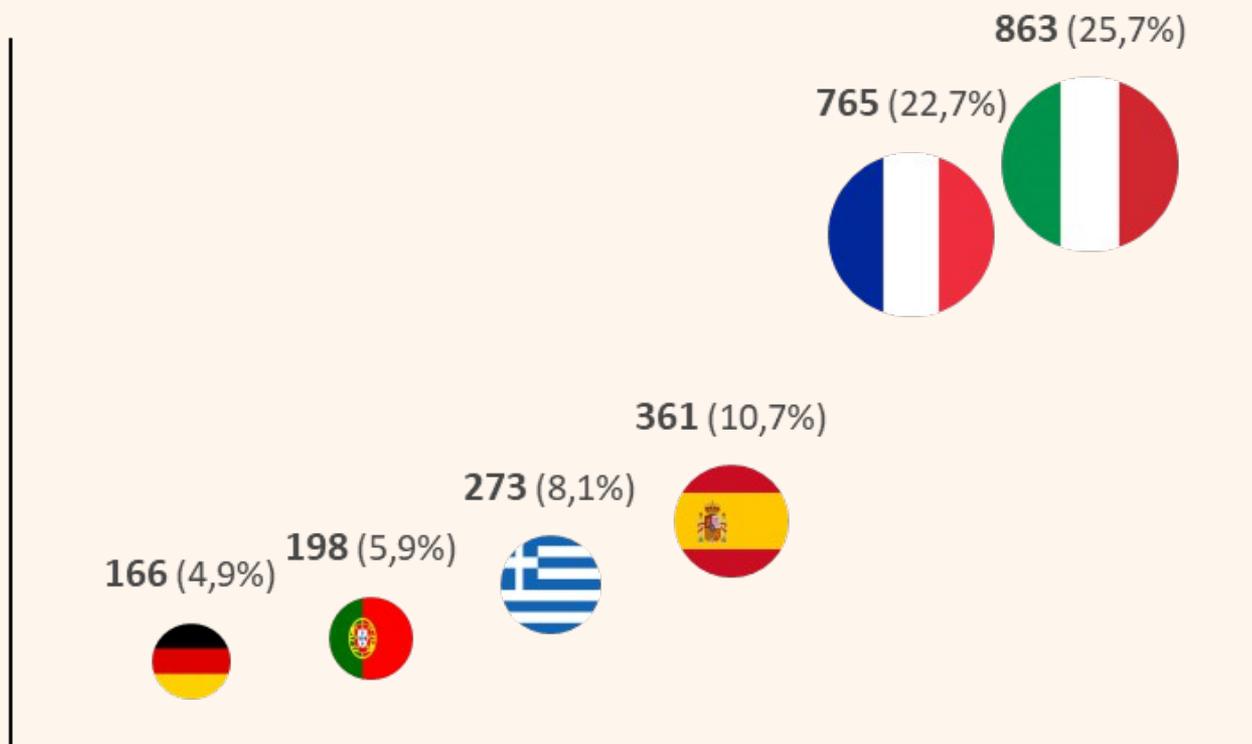
## Quota di prodotti agroalimentari con residui chimici oltre i limiti nei principali paesi UE

Anno 2016 (valori %)



## Primi paesi per numero di riconoscimenti dell'Unione Europea per le specialità agroalimentari

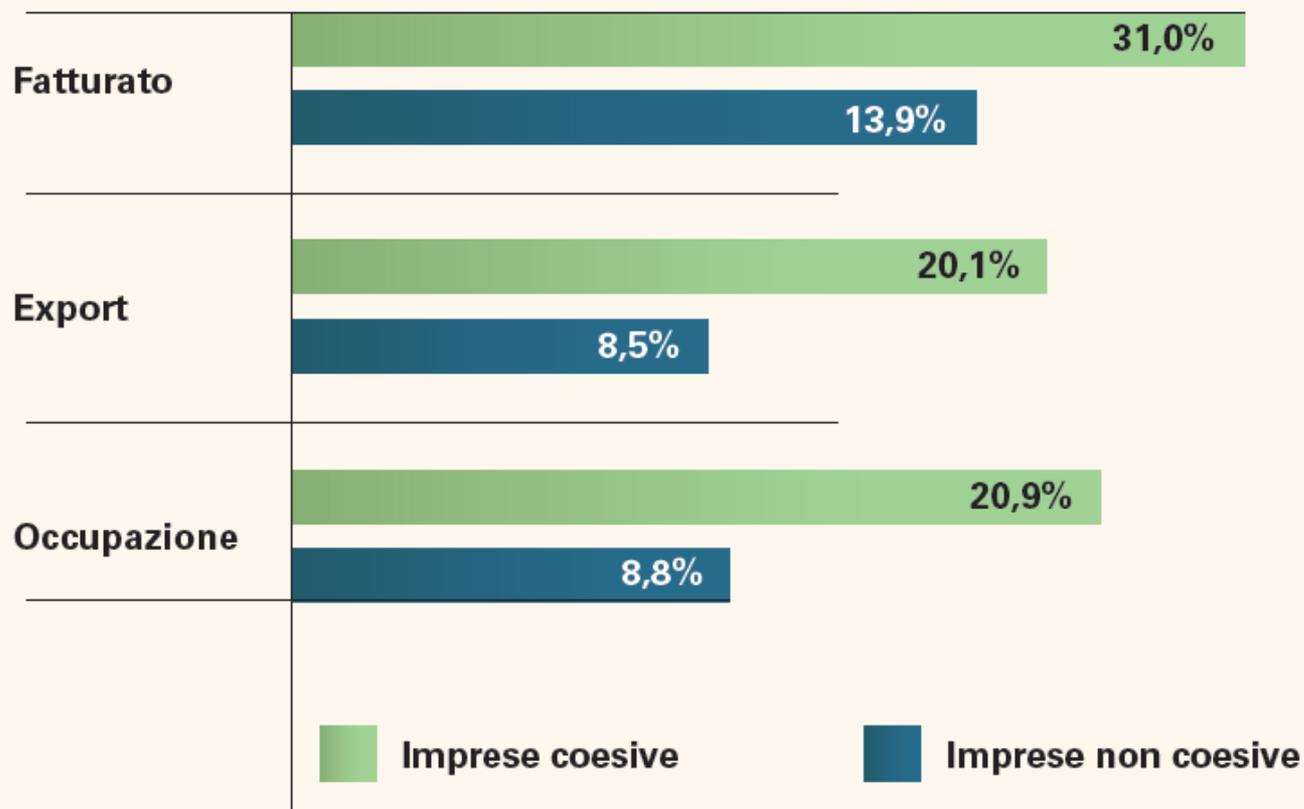
Anno 2019



Localismo

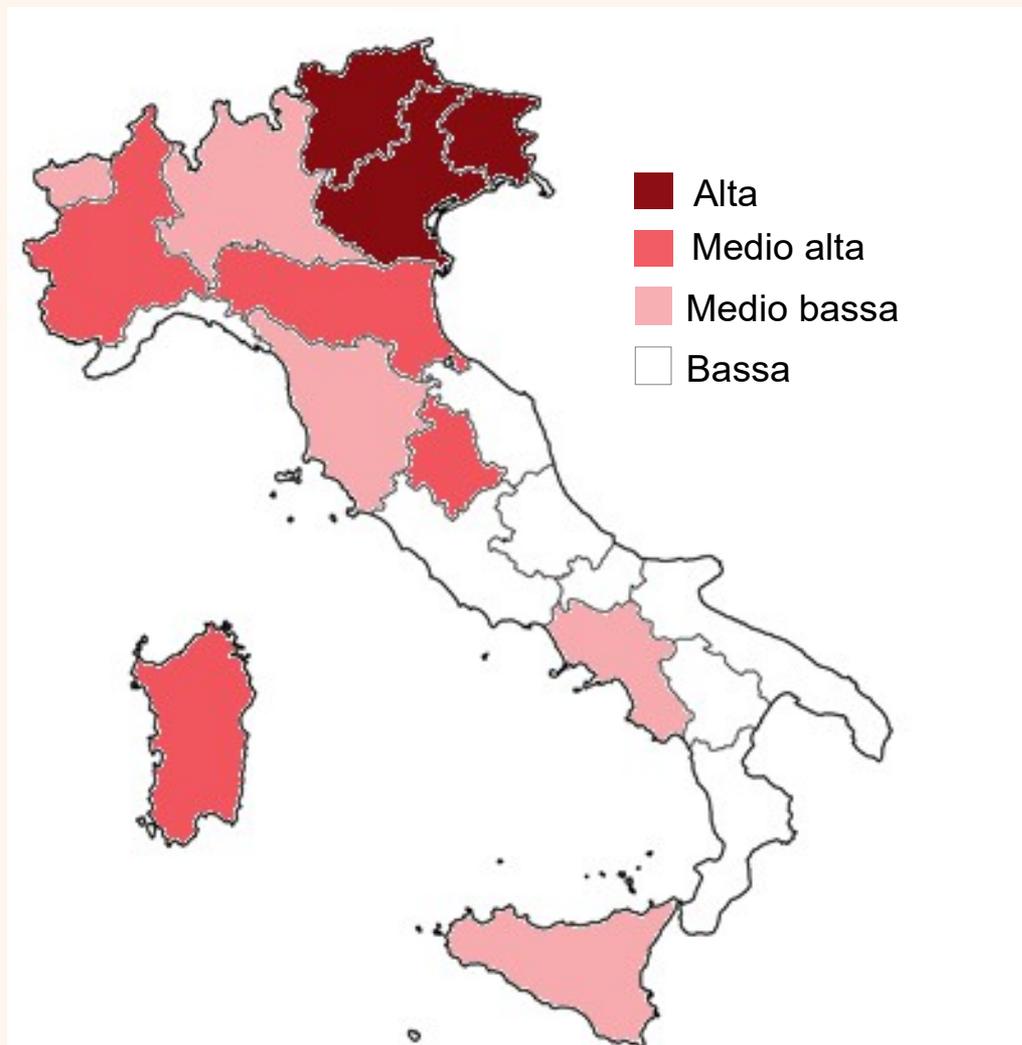
## Imprese coesive

Anno 2019 (valori %)



## La presenza di imprese coesive nelle regioni italiane

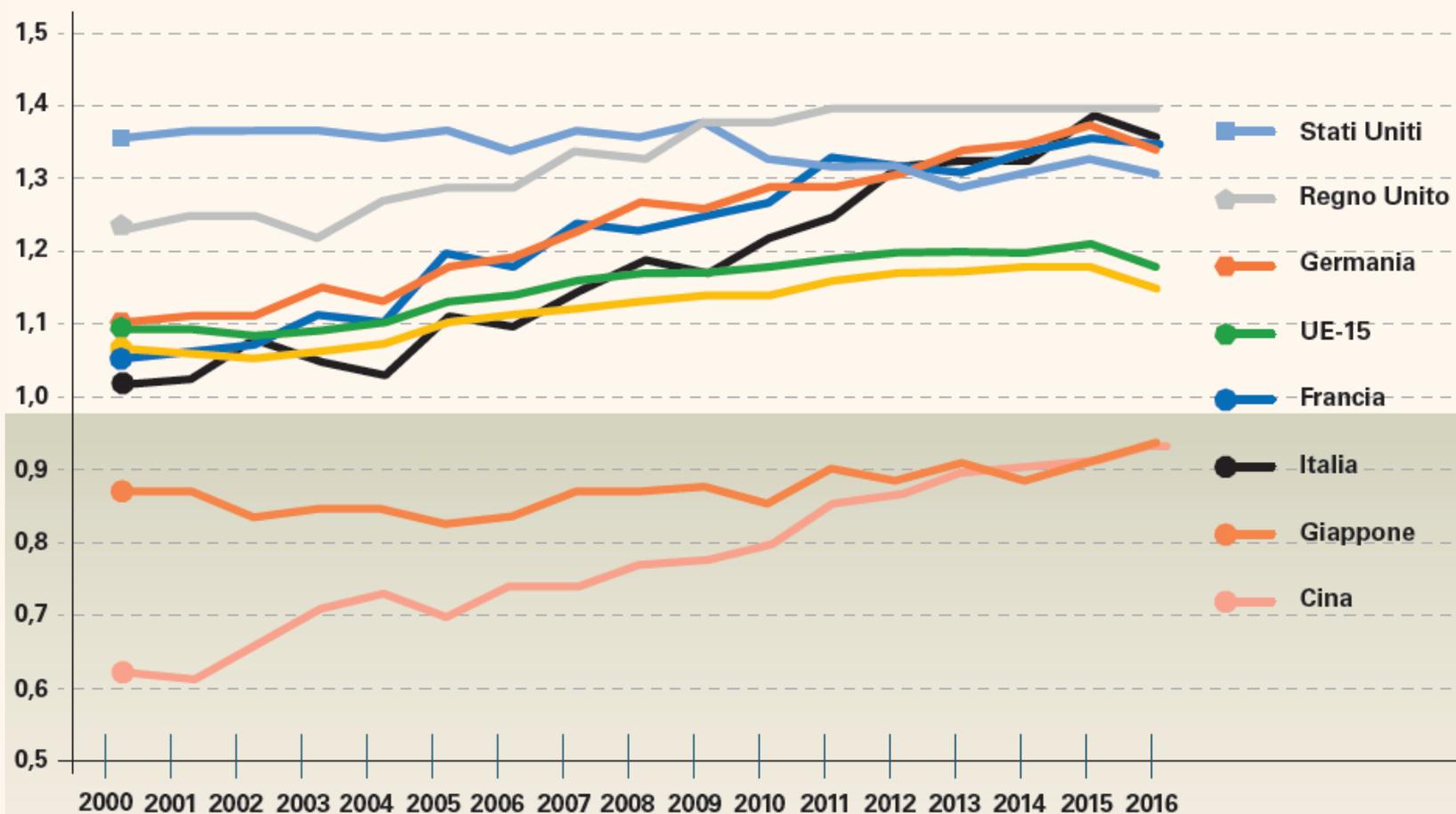
Anno 2018 (valori %)



Innovazione

# Citazioni (normalizzate) medie per pubblicazione scientifica per i principali paesi

(numero medio per anno)



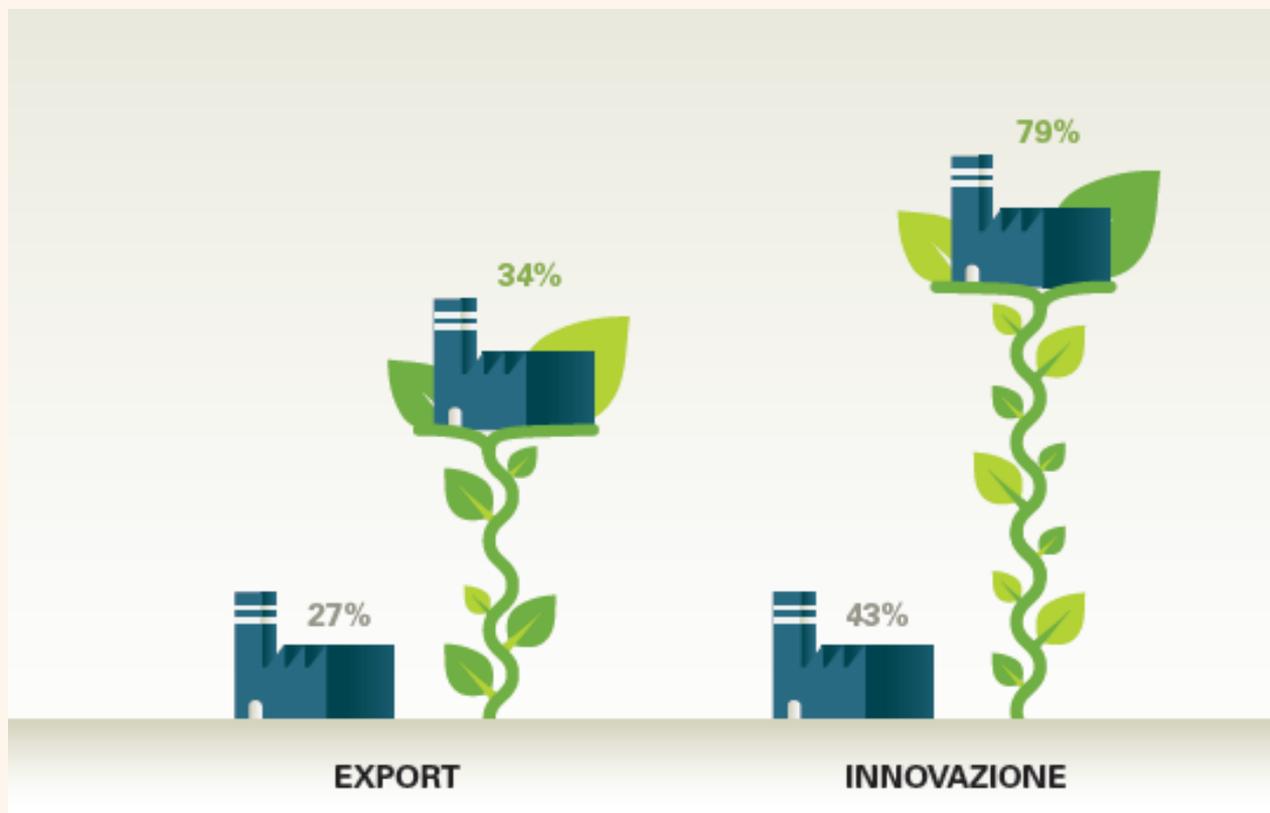
## Imprese manifatturiere innovatrici nei principali paesi dell'Unione Europea



Fonte: elaborazione su dati Eurostat

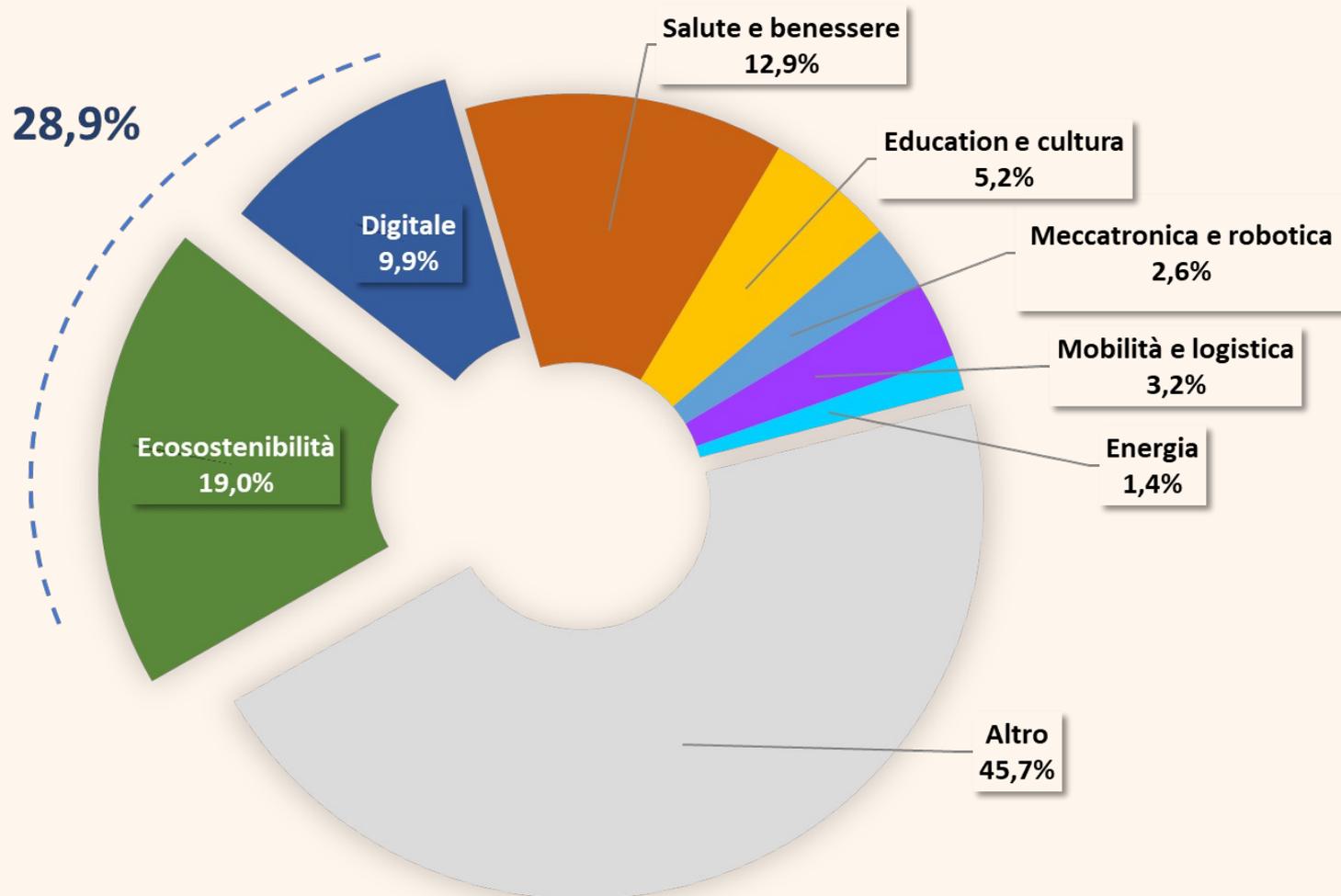
## Imprese green

Anno 2018 (indagine su imprese tra 5 e 499 addetti - valori %)



## Fabbisogni occupazionali con competenze eco sostenibili, digitali e per filiera – previsioni 2019-2023

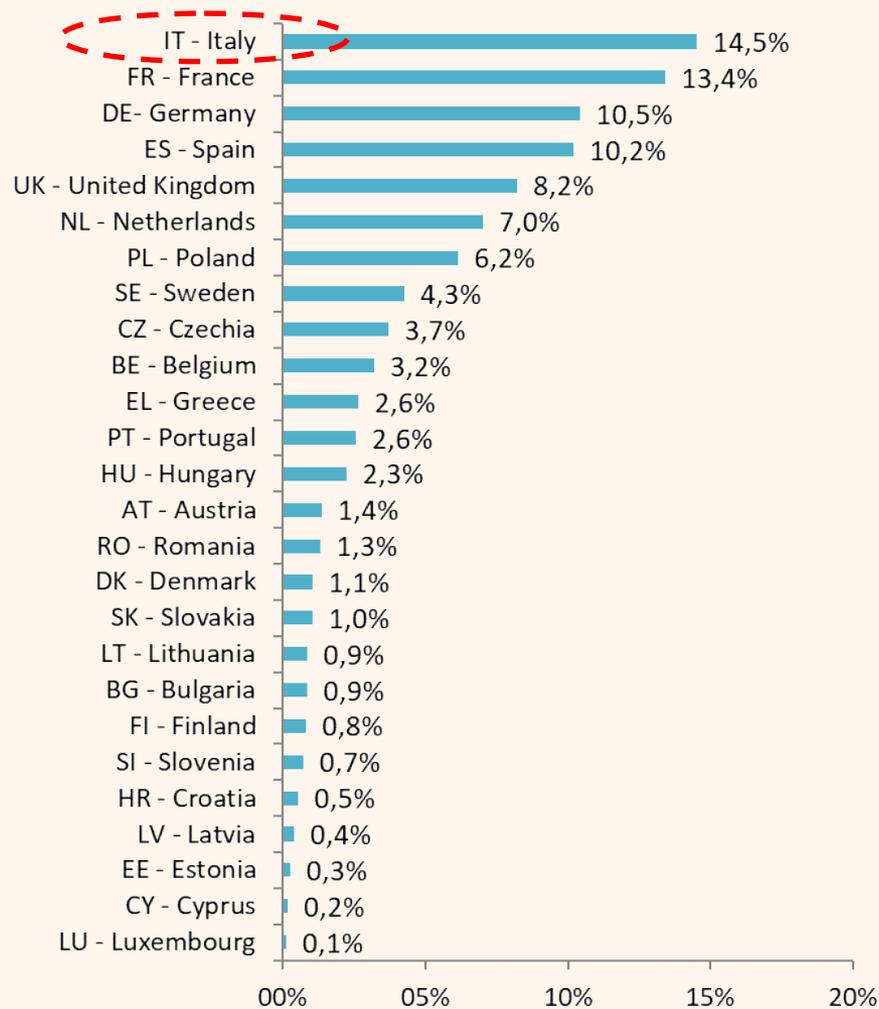
(quote %)



**Arte e cultura**

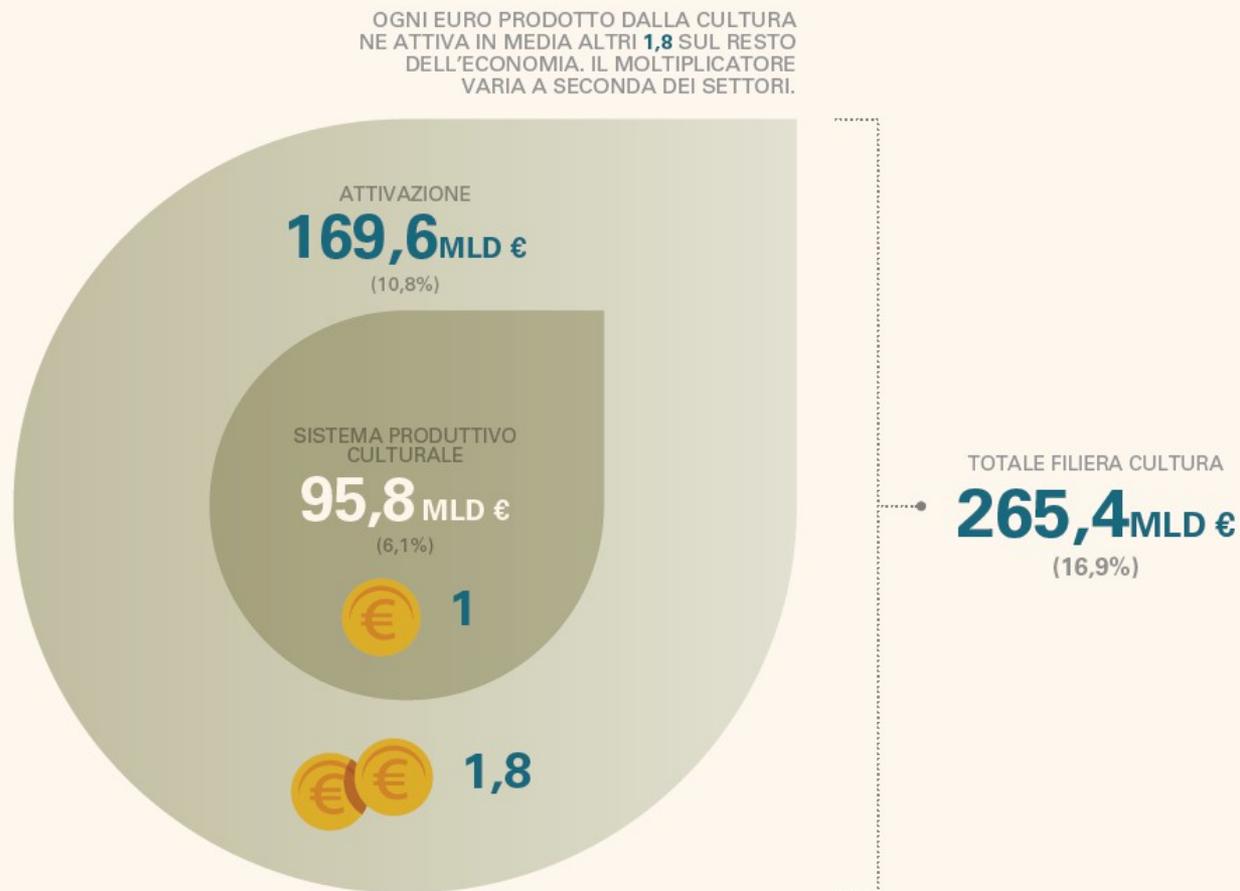
# Contributo dei paesi alle *cultural enterprises* europee

Anno 2016 (incidenza % sul totale UE)



# Imprese e istituzioni culturali e creative

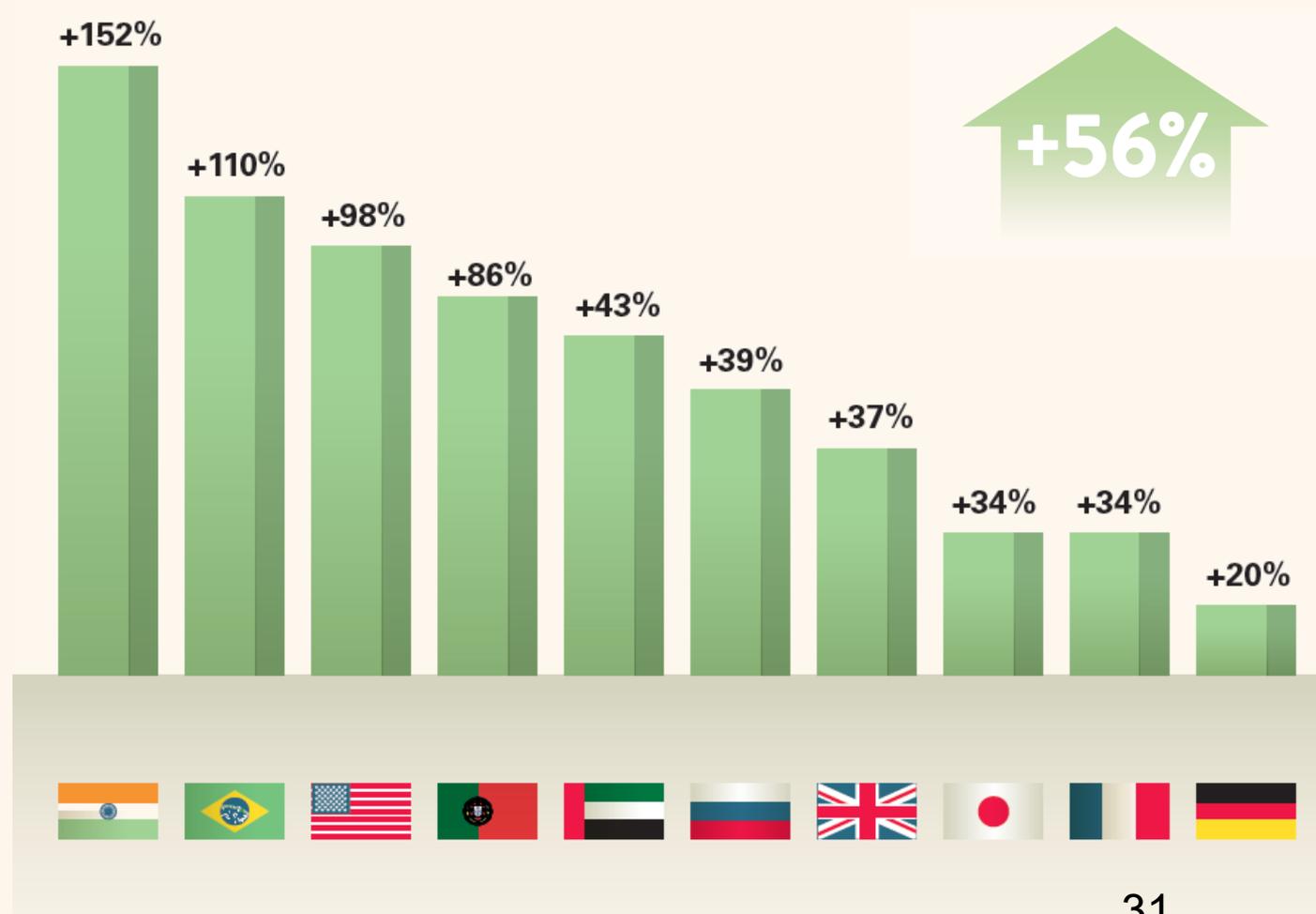
Anno 2018 (Effetto moltiplicatore sul resto dell'economia)



I.T.A.L.I.A.  
sul web

## La «domanda di Italia»: crescita delle ricerche del made in Italy per paese

Anni 2015/2018 (ricerche su Google del made in Italy e delle parole chiave ad esso riconducibili, variazione %)



La percezione  
dell'I.T.A.L.I.A.  
in patria

## Gli elementi che secondo gli italiani guidano il racconto e la rappresentazione del proprio Paese

Anno 2019 (valori %)



REALIZZATO DA



UNIONCAMERE



MAIN PARTNER



PARTNER



CON IL PATROCINIO DI



PARTNER TECNICO



SI.CAMERA



COORDINAMENTO

**Giuseppe Tripoli** Segretario Generale Unioncamere

**Marco Fortis** Direttore Fondazione Edison  
e Docente Università Cattolica di Milano

**Fabrizio Guelpa** Responsabile Industry&Banking  
Research Intesa Sanpaolo

**Fabio Renzi** Segretario Generale Fondazione Symbola

**Alessandro Rinaldi** Dirigente Si.Camera

**Domenico Sturabotti** Direttore Fondazione Symbola

GRUPPO DI LAVORO

**Monica Carminati** Fondazione Edison

**Mariangela Cassano** Fondazione Symbola

**Katia Cazzaniga** IPSOS

**Diego Ciulli** Manager Public Policy Google

**Stefano Corradini** Fondazione Edison

**Luca De Biase** Il Sole 24 Ore

**Fabio Di Sebastiano** Ricercatore Si.Camera

**Daniele Di Stefano** Fondazione Symbola

**Giacomo Giusti** Istituto Guglielmo Tagliacarne

**Laura Lampugnani** Marketing retail and export Google Italy

**Manuela Mazzoni** Fondazione Edison

**Mirko Menghini** Ricercatore Si.Camera

**Serena Miccolis** Ricercatrice AICCON

**Nando Pagnoncelli** Chief Executive IPSOS

**Marco Pini** Ricercatore Si.Camera

**Sara Rago** Ricercatrice AICCON

**Andrea Sartori** Fondazione Edison

**Giacomo Speranza** Marketing retail and export Google Italy

**Paolo Venturi** Direttore AICCON

**Il rapporto è scaricabile online**  
**[www.symbola.net](http://www.symbola.net)**