



(/)

Rapporto Italia 2017. «Puntare su green economy, cultura, innovazione e coesione»

Redazione Romana venerdì 7 luglio 2017

Lo sostiene Ermete Realacci (nella foto), presidente della Fondazione Symbola che ha realizzato l'indagine con Unioncamere e Fondazione Edison



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 *Italia 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 e ha il patrocinio dei ministeri degli Affari esteri, dello Sviluppo economico, delle Politiche agricole, dei Beni e delle Attività 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...
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 quattro maggiori Paesi dell'Eurozona dopo la Germania. Facendo guadagnare, nel 2016, alla nostra bilancia commerciale un 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'. I 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.

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

Le eccellenze italiane competitive nel commercio con l'estero

L'Italia vanta 844 prodotti, su un totale di 5.117, classificatisi primi, secondi o terzi al mondo per saldo commerciale attivo con l'estero, per un valore complessivo di 161 miliardi di dollari.

Più nel dettaglio, il nostro Paese vanta 210 prodotti medaglia d'oro a livello mondiale per saldo commerciale, eccellenze che ci fanno guadagnare 51 miliardi di dollari. I nostri prodotti che si classificano al secondo posto nel mondo per saldo commerciale sono invece 344 e fruttano 68

miliardi di dollari. Le medaglie di bronzo dell'export italiano sono invece 290 prodotti e valgono un saldo commerciale complessivo di 42 miliardi.

Industria, i settori competitivi e la forza dei distretti

La forza del made in Italy è alimentata anche dai distretti industriali le cui esportazioni, dopo essere crollate vertiginosamente a fine 2009 in seguito alla recessione economica, hanno messo a segno in sette anni una crescita in valore assoluto pari a circa 30 miliardi di euro: riuscendo non solo a recuperare i livelli pre-crisi ma a portarsi abbondantemente al di sopra di essi. Nel complesso degli 844 prodotti in cui l'Italia sale sul podio, 367 appartengono al comparto della Automazione-meccanica-

gomma-plastica e generano un saldo attivo di 81 miliardi di dollari; 247 appartengono all'Abbigliamento-moda e danno origine a un surplus di 33,4 miliardi di dollari; 63 prodotti rientrano nel comparto degli Alimentari-vini, con un saldo attivo di 19,4 miliardi; 41 prodotti appartengono all'Arredo-casa e generano un avanzo commerciale di 14,6 miliardi. I rimanenti 126 prodotti che generano un surplus di 12,5 miliardi di dollari non appartengono a nessuna delle 4 A (Alimentari-vini, Abbigliamento-moda, Arredo-casa e Automazione-meccanica-gomma-plastica).

Aiuta il made in Italy anche la scelta della sostenibilità: oltre il 26% delle nostre imprese durante la crisi hanno scommesso sulla green economy e sono quelle che hanno le performance migliori su occupazione, innovazione ed export.

Il turismo continua ad essere una delle principali leve di attrazione del nostro Paese

Il contributo diretto del turismo al Prodotto interno lordo dell'Italia, secondo i dati elaborati dal World Travel and Tourism Council (Wttc), ammonta nel 2016 a oltre 77 miliardi di dollari (pari al 4,6% della produzione nazionale), mentre se consideriamo le ricadute dirette e indirette (prodotti e servizi intermedi, spesa pubblica, investimenti, ecc.) l'intero comparto "viaggi e turismo" arriva a rappresentare l'11,1% del Pil, pari a circa 186,1 miliardi di dollari. Le stime per il 2017 indicano un ulteriore incremento del 2,6% per i contributi diretti e del 2,7% per quelli totali. Più che dal numero di arrivi, un ritratto fedele delle performance del settore viene fornito dai pernottamenti. Ebbene nel 2015 l'Italia si conferma il primo paese dell'Eurozona per numero di pernottamenti di turisti extra europei, con oltre 60 milioni di notti (+5,3% rispetto all'ultima rilevazione), saldamente davanti a Spagna (43 milioni) e Francia (40 milioni), che nello stesso periodo calano rispettivamente del 3,4% e dello 0,2%. E nel 2015, a fronte di un aumento delle presenze straniere nel nostro Paese del 3,1%, nei Piccoli Comuni tale crescita è stata dell'8,7% e per il 2016 si attendono dati migliori.

Agroalimentare, un settore vocato alla qualità

La nostra agricoltura è fra le più sicure al mondo: siamo il Paese con il minor numero di prodotti agroalimentari con residui chimici, inferiore di quasi 3,2 volte rispetto alla media europea e di oltre 12 volte quella dei prodotti extracomunitari. L'Italia non ha rivali per numero di imprese che operano nel mondo biologico: su circa 327 mila aziende biologiche in tutta Europa, nel nostro Paese ce ne sono 60 mila; in Francia 42 mila, in Germania e in Spagna circa 38 mila ciascuna. In particolare, tra le aziende biologiche che svolgono attività di coltivazione in Europa, una su cinque è italiana. È anche per questo che il settore detiene il primato in Europa per valore aggiunto, con una quota che, nel 2016, rappresenta il 16% del totale dell'Unione Europea. Siamo secondi al mondo nell'export di vino (circa 20,6 milioni di ettolitri) dopo la Spagna, e sempre secondi per valore delle esportazioni (5,6 miliardi di euro) dopo la Francia. L'Italia è inoltre il Paese con il maggior numero di riconoscimenti dell'Unione Europea per le specialità agroalimentari e in particolar modo per i vini: più di un prodotto certificato su 4 è italiano (in particolare una specialità alimentare su 5 e un vino su 3). I prodotti alimentari italiani a denominazione di origine e a indicazione geografica sono 291, di cui 166 Dop e 125 Igp a cui si aggiungono anche 2 Stg. Nel comparto del vino l'Italia conta 523 riconoscimenti, di cui 405 Dop e 118 Igt.

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. In Italia sono oltre 6,6 milioni coloro i quali si impegnano in maniera gratuita per gli altri. Un piccolo "esercito" della solidarietà che, in questo momento storico, contribuisce a mantenere coese le comunità, ad attutire le disuguaglianze e a far fronte anche alle emergenze, non ultima quella del terremoto, in cui il supporto della Protezione Civile, con i suoi circa 800 mila volontari, è stato fondamentale. L'Italia è seconda in Europa, dopo la Francia, per incidenza di addetti dell'economia sociale sul totale dell'economia, con l'8,8%. All'interno di questa classifica, l'Italia si caratterizza, rispetto ai suoi competitor europei, per una prevalenza degli occupati delle cooperative, che rappresentano il 65,9% del totale degli addetti italiani dell'economia sociale, a dimostrazione della rilevanza che la dimensione produttiva del Terzo settore ha nel nostro Paese. L'Italia è inoltre l'unico Paese europeo a contare più di un milione di cooperative, contro le 860 mila della Germania, le 528 mila della Spagna, le circa 308 mila della Francia e le 222 mila del Regno Unito.



Innovazione e ambiente

L'Italia è quarta in Europa per spesa in ricerca e sviluppo e settima tra i Paesi OCSE dietro Stati Uniti, Giappone, Germania, Francia, Corea del Sud e Regno Unito. In valori assoluti, la nostra spesa per ricerca e sviluppo nel 2014 è stata di 22.291 milioni di euro. L'Italia rimane uno dei Paesi a maggior capacità innovativa grazie ad imprese che mostrano una spiccata attitudine all'innovazione. Nel panorama comunitario, infatti, l'Italia si conferma seconda per numero di imprese innovatrici con almeno dieci addetti (54.458). Sia per l'innovazione di prodotto che per l'innovazione di processo il nostro Paese ha performance migliori rispetto alla performance comunitaria. Nell'analisi delle innovazioni di prodotto, poi, si evince come le imprese italiane, riescono a introdurre innovazioni radicali in maniera più diffusa (62,8% delle innovatrici di prodotto contro una media comunitaria oltre dieci punti inferiore). Solo in Francia, tra i principali Paesi comunitari, si registra una quota analoga a quella italiana. A fine marzo 2017 il numero di start-up innovative iscritte alla sezione speciale del Registro delle Imprese ai sensi del decreto-legge 179/2012 è pari a 6.880, in aumento di 135 unità rispetto alla fine di dicembre (+2%). Le start-up rappresentano lo 0,43% delle 1,6 milioni di società di capitali attive in Italia (a fine dicembre l'incidenza del fenomeno era pari allo 0,42%).

Arte e cultura, un settore strategico e trainante

Fanno parte del sistema produttivo culturale e creativo (tra industrie culturali, industrie creative, patrimonio storico artistico, performing arts e arti visive, imprese creative-driven) oltre 414mila imprese, il 6,8% del totale delle attività economiche nazionali. Queste, insieme alla componente pubblica e al prezioso supporto del terzo settore, danno lavoro a 1,5 milioni di persone, il 6,0% del totale degli occupati. Nel 2016 il Sistema Produttivo Culturale e Creativo ha prodotto un valore aggiunto pari a 89,9 miliardi di euro (circa 1,6 miliardi di euro in più rispetto all'anno precedente), corrispondenti al 6% della ricchezza complessivamente prodotta dal Paese, e attivato nel resto dell'economia altri 160 miliardi. In tutto fa 250 miliardi: il 16,7% del totale. Confermata la crescita in segmenti tradizionali che incrociano cultura e produzione, come il design: in Europa un designer su cinque parla italiano; sulle 32 categorie aggregate previste nella classificazione del Registered Community Design, lo strumento comunitario di registrazione dei progetti e disegni in ambito industriale, in 22 casi ci collochiamo tra i primi tre paesi per numero assoluto di brevetti conseguiti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



