

# L'ITALIA IN 10 SELFIE. 2017

---

LE RADICI DEL FUTURO  
E LA SFIDA DEI MUTAMENTI  
CLIMATICI

*I dilettanti giocano per divertirsi quando fa bel tempo.  
I professionisti giocano per vincere in mezzo alla tempesta.*

*Frank Capra*

Il mondo ha davanti sfide difficili, dalle crisi economiche ai mutamenti climatici, dai conflitti ai flussi migratori. L'Italia è chiamata ad affrontarle nell'Europa con le sue specifiche debolezze e i suoi mali antichi: non solo il debito pubblico, ma la disuguaglianza nella distribuzione della ricchezza, la mancanza di lavoro, il peso delle mafie e della corruzione, una burocrazia spesso soffocante, il Sud che perde contatto.

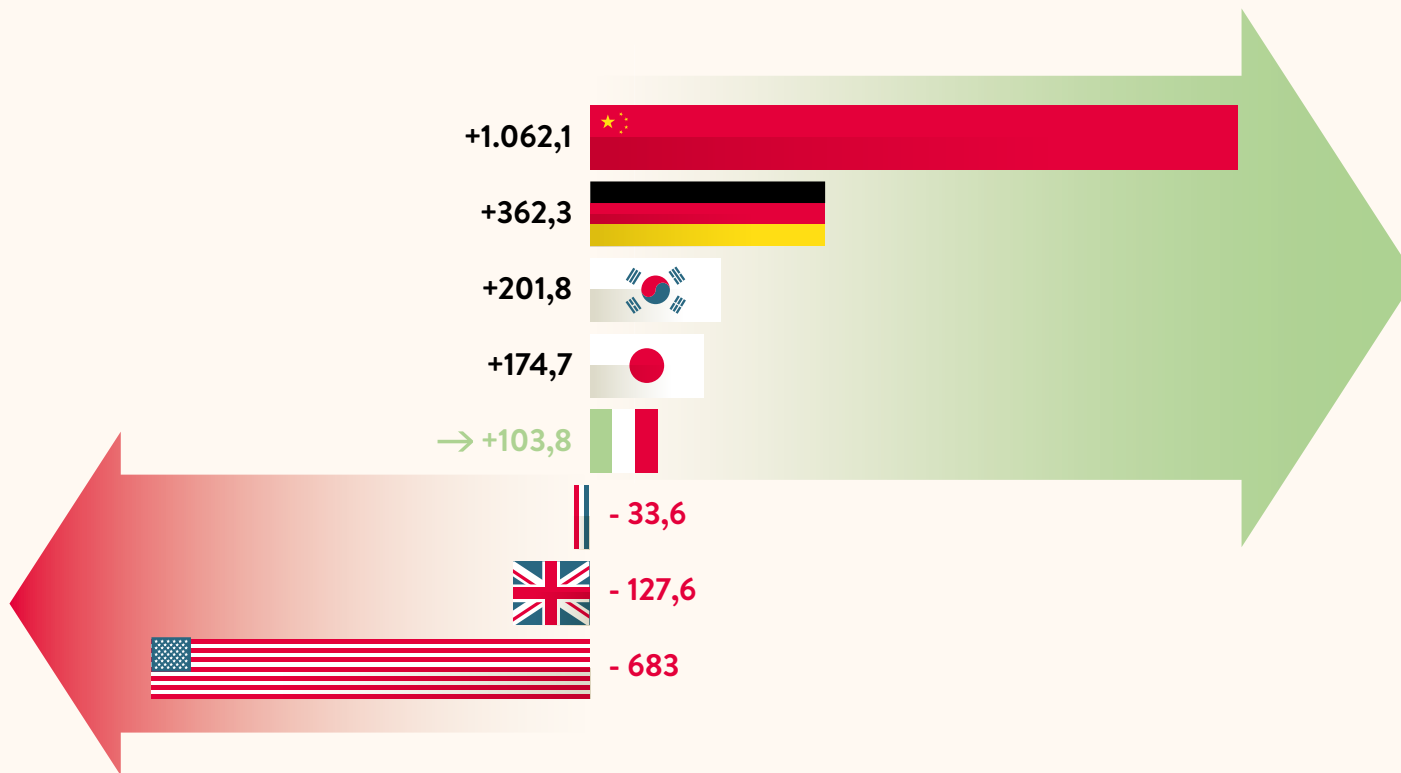
Per questo diventa ancora più importante partire dai nostri punti di forza. Da un'Italia che può guardare con fiducia al futuro perché non rinnega la propria anima. Un'Italia competitiva anche grazie alla coesione, alla cura del capitale umano, al rapporto forte con i territori e con le comunità. L'Italia può essere un avamposto di quell'economia più forte e insieme più sostenibile e a misura d'uomo che emerge dall'accordo di Parigi, confermato alla COP22 di Marrakech, sul clima. Quella che leggiamo negli auspici di Papa Francesco. Un'economia che può dare risposte adeguate alle nuove domande dei consumatori globali del XXI secolo: equità, sostenibilità, bellezza. E che, proprio per questo, è una grande occasione per il nostro Paese.

È l'Italia che Symbola cerca di leggere e raccontare insieme a tanti compagni di strada, che condividono l'empatia con cui guardiamo al Paese, ai suoi problemi, ai suoi tanti talenti: a cominciare da Unioncamere e Fondazione Edison, Coldiretti, Enel, Legambiente, Aaster, Aiccon, CNA, Ucina, Ucima, FederlegnoArredo, Federparchi, Farmindustria, Fondazione Fitzcarraldo, Unaprol e Crea, e tanti altri soggetti e intelligenze.

L'Italia fotografata con occhi nuovi e con il rigore dei numeri in questi 10 selfie può navigare anche in acque incerte ed ha voce per dire la sua su temi decisivi per l'agenda del futuro. Come quelli legati ad un'economia più a misura d'uomo e più sostenibile e per questo più competitiva e in grado di affrontare la sfida dei mutamenti climatici.

Del resto, come ha scritto Edison, uno che di sfide se ne intendeva, "se fossimo ciò che siamo capaci di fare, rimarremmo letteralmente sbalorditi."

**ERMETE REALACCI**  
*Presidente Fondazione Symbola*

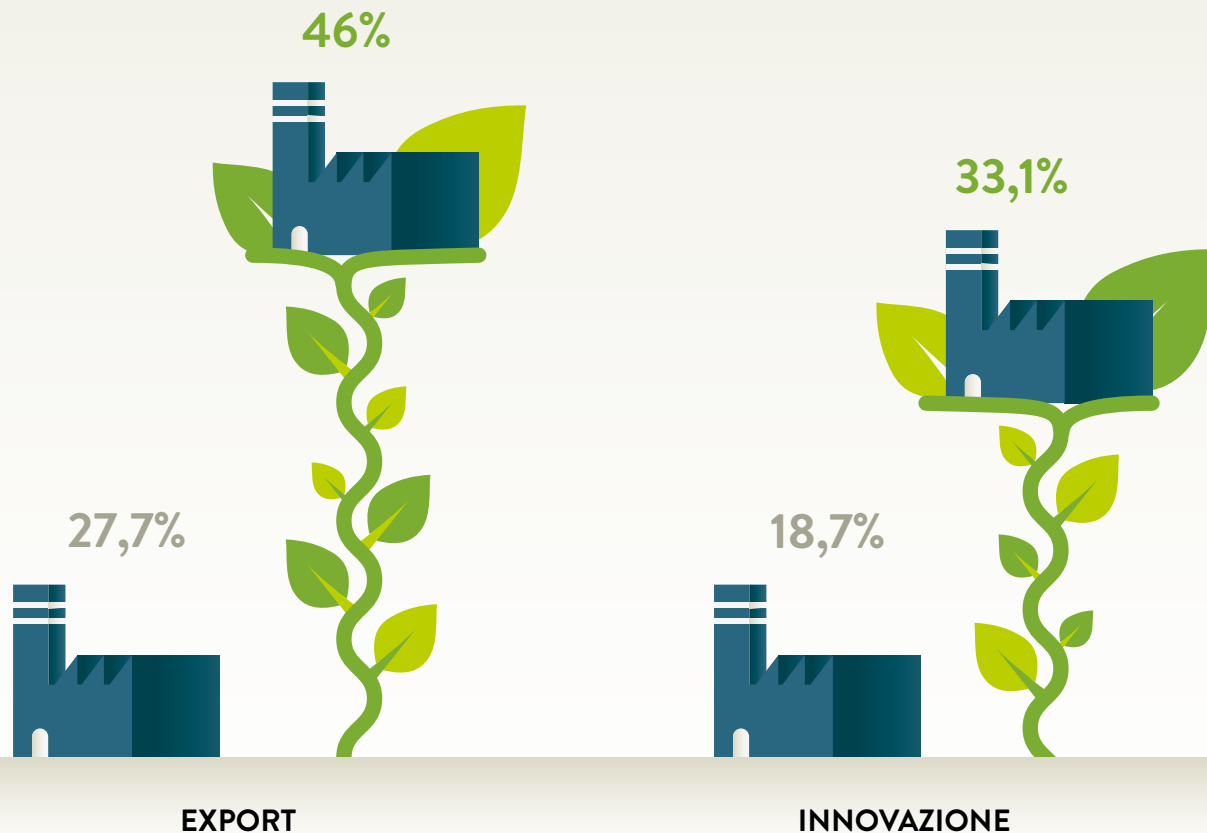


## L'ITALIA È UNO DEI CINQUE PAESI CHE VANTA UN SURPLUS MANIFATTURIERO SOPRA I 100 MLD DI DOLLARI

Nel 2015, con un surplus commerciale manifatturiero con l'estero di 103,8 mld di \$, ci confermiamo quinti al mondo dopo Cina (1.062,1 mld), Germania (362,3 mld), Corea del Sud (201,8 mld), Giappone (174,7 mld). Si consolida così il ruolo di punta del nostro Paese nell'industria mondiale, e la capacità delle nostre imprese di competere sui mercati globali. Non si può dire lo stesso di Paesi come Francia (-33,6 mld), Regno Unito (-127,6 mld), USA (-683 mld).

# 01.

Paesi per surplus commerciale manifatturiero – Paesi G20, 2015, mld di \$



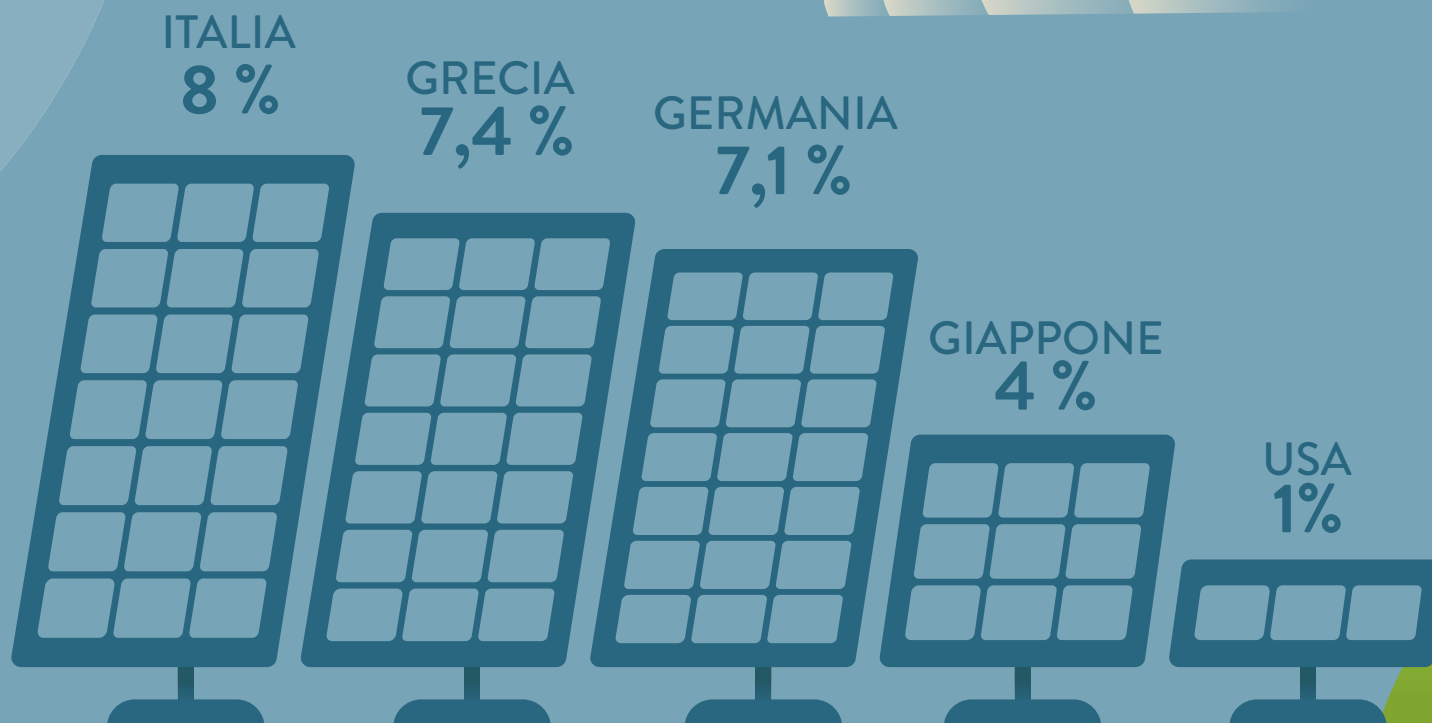
## LA GREEN ECONOMY DA' FORZA ALLE IMPRESE ITALIANE

Sono oltre 385 mila le aziende italiane (26,5% del totale dell'industria e dei servizi, nella manifattura addirittura il 33%) che durante la crisi hanno scommesso sulla green economy - che vale 190,5 mld di € di valore aggiunto, il 13% dell'economia nazionale. Con vantaggi competitivi in termini di export (il 46% delle imprese manifatturiere eco-investigatrici esporta stabilmente, contro il 27,7% delle altre), di innovazione (il 33,1% ha sviluppato nuovi prodotti o nuovi servizi, contro il 18,7%) e di fatturato (il 35,1% delle imprese green lo ha visto crescere nel 2015 contro il 21,8%).

La green economy fa bene anche all'occupazione. Nel 2016 le imprese che investono green assunono di più: 330 mila dipendenti, pari al 43,9% del totale delle assunzioni, stagionali e non stagionali, previsti nell'industria e nei servizi. Tra gli assunti nella ricerca e sviluppo, il 66% del totale è rappresentato da figure green: segno evidente del legame strettissimo fra green economy, innovazione e competitività.

# 02.

Vantaggi competitivi delle aziende manifatturiere che hanno effettuato, tra il 2010 e il 2016, investimenti green (incidenze percentuali sul totale delle imprese)



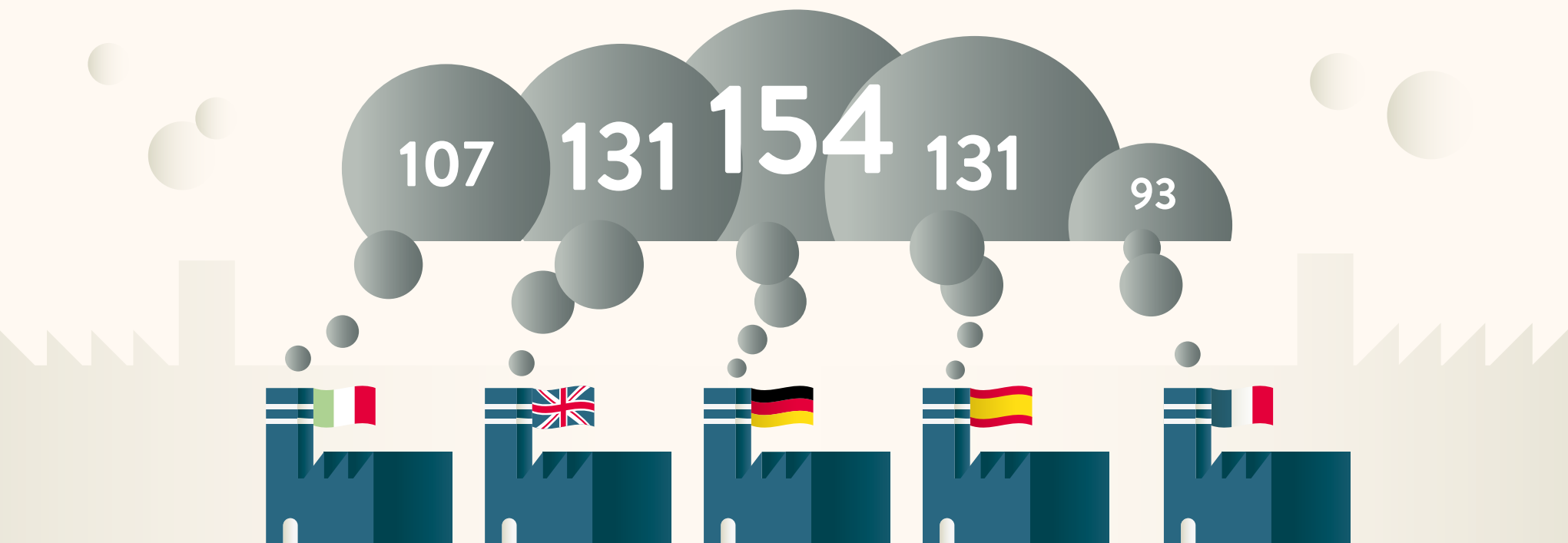
## PRIMI NEL MONDO NEL FOTOVOLTAICO

L'Italia è primo paese al mondo per contributo del fotovoltaico nel mix elettrico nazionale (8%, dati relativi al 2015), meglio di Grecia (7,4%) e Germania (7,1%), ma anche di paesi come Giappone (sotto il 4%) e USA (meno dell'1%).

È prima tra i grandi paesi Ue per quota di rinnovabili nel consumo interno lordo (17,1%) - ha quasi triplicato il valore nel decennio 2004-2014 partendo da 6,3% - seguita da Spagna (16,2%), Francia (14,3%), Germania (13,8%) e Regno Unito (7%).

# 03.

Quota di produzione fotovoltaica sul totale dell'energia elettrica prodotta, 2015



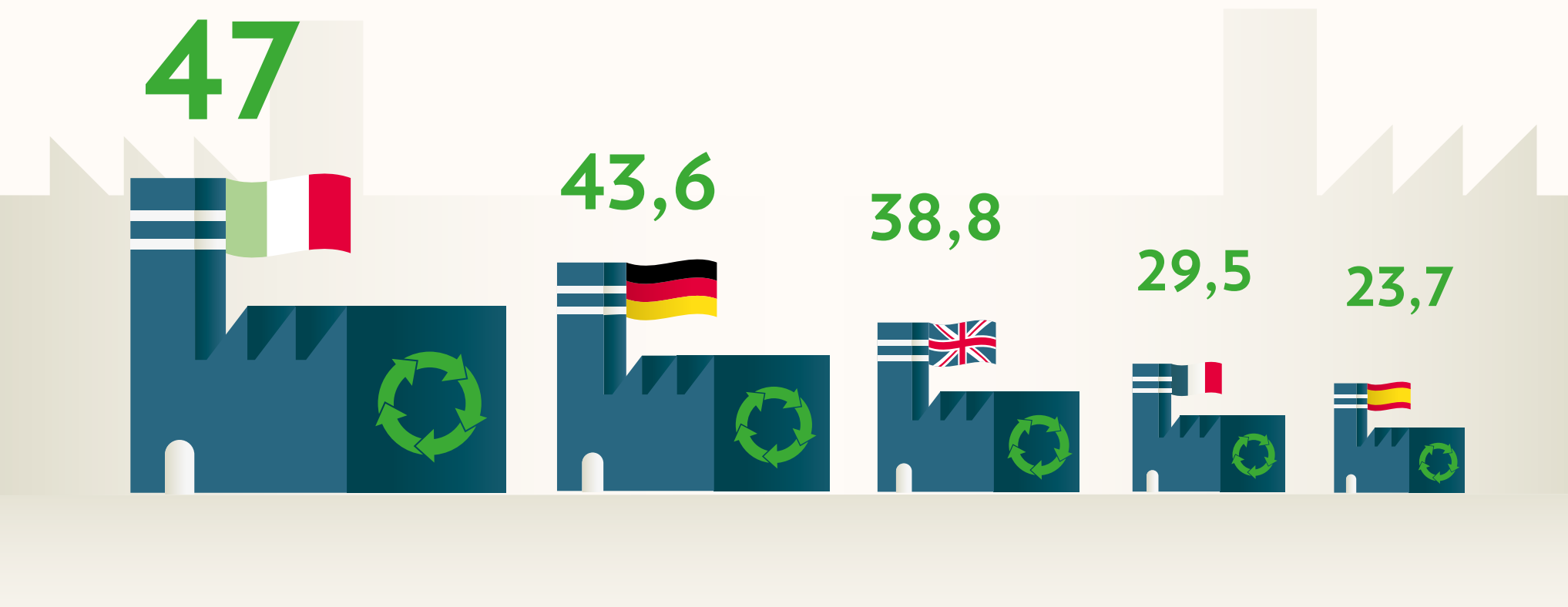
## LEADER IN EUROPA NELL'EFFICIENZA DI ENERGIA ED EMISSIONI

Il modello produttivo italiano si conferma tra i più innovativi ed efficienti in campo ambientale. A partire dai consumi energetici e dalle emissioni inquinanti: con 107 tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente per milione di euro prodotto siamo secondi per minore intensità di emissioni atmosferiche, dietro la Francia (93, aiutata in questo caso dal nucleare) e davanti a Spagna (131), Regno Unito (131) e Germania (154).

Con 14,3 tonnellate di petrolio equivalente per milione di € prodotto l'Italia è il secondo Paese tra le cinque grandi economie comunitarie per minori input energetici a parità di prodotto, dopo il Regno Unito (11,6, che ha però un'economia più finanziaria che manifatturiera) e davanti a Francia (14,5), Spagna (16,8) e Germania (17,7).

# 04.

Tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente ogni mln di € di prodotto, 2013



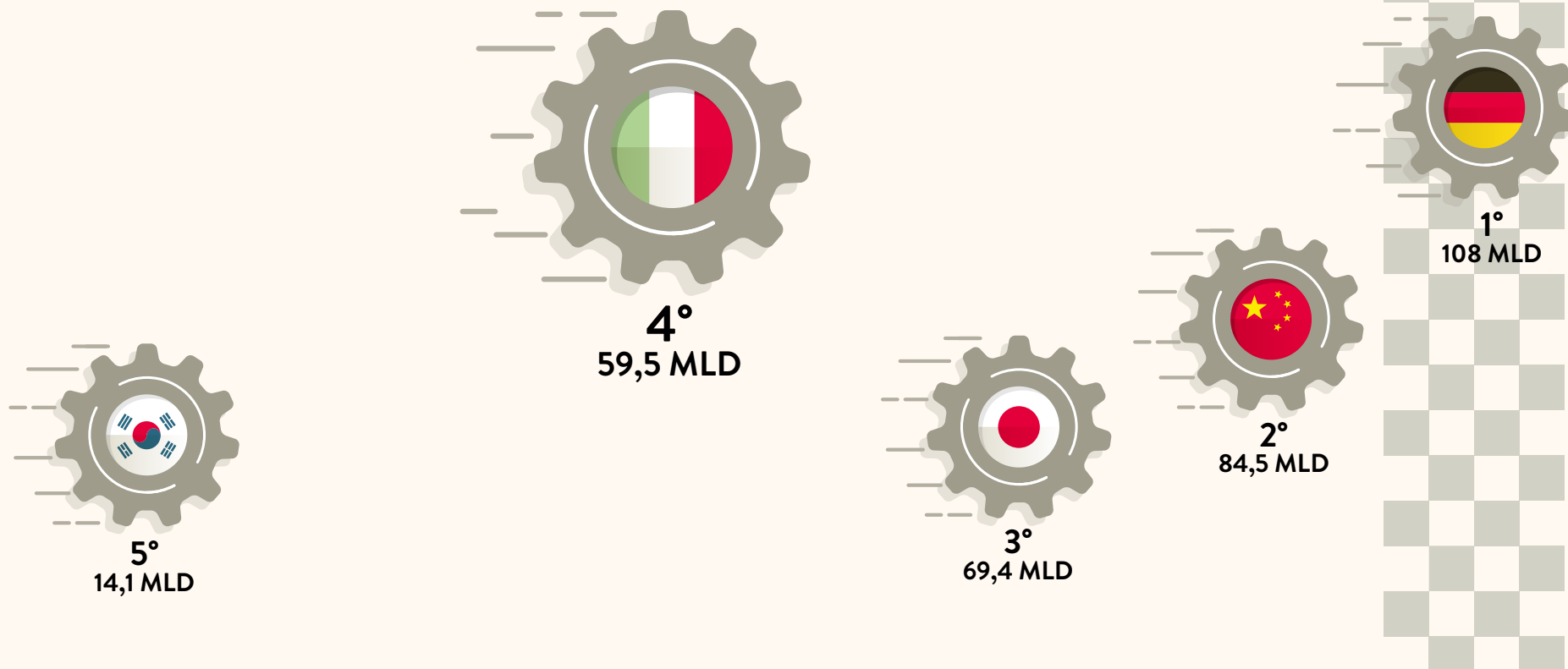
## PRIMI IN EUROPA NELL'ECONOMIA CIRCOLARE

Il nostro Paese è leader europeo nel riciclo industriale: in Italia sono stati recuperati per essere avviati a riciclo 47 mln di tonnellate di rifiuti non pericolosi, il valore assoluto più elevato tra tutti i Paesi europei, seguiti da Germania con 43,6, Regno Unito 38,8, Francia 29,5 e Spagna 23,7.

Il riciclaggio nei cicli produttivi industriali ci ha permesso di risparmiare energia primaria per oltre 17 mln di tonnellate equivalenti di petrolio, ed emissioni per circa 60 mln di tonnellate di CO<sub>2</sub>.

# 05.

Rifiuti non pericolosi avviati a riciclo nei principali Paesi europei, 2012, mln di tonnellate



## L'INDUSTRIA ITALIANA È QUARTA PER SURPLUS DEL MACHINERY

Con 59,5 mld di \$ di surplus, l'industria italiana del machinery si conferma nel gruppo di testa della graduatoria internazionale per saldo della bilancia commerciale, preceduta dai competitor tedeschi (108 mld), cinesi (84,5 mld) e giapponesi (69,4 mld).

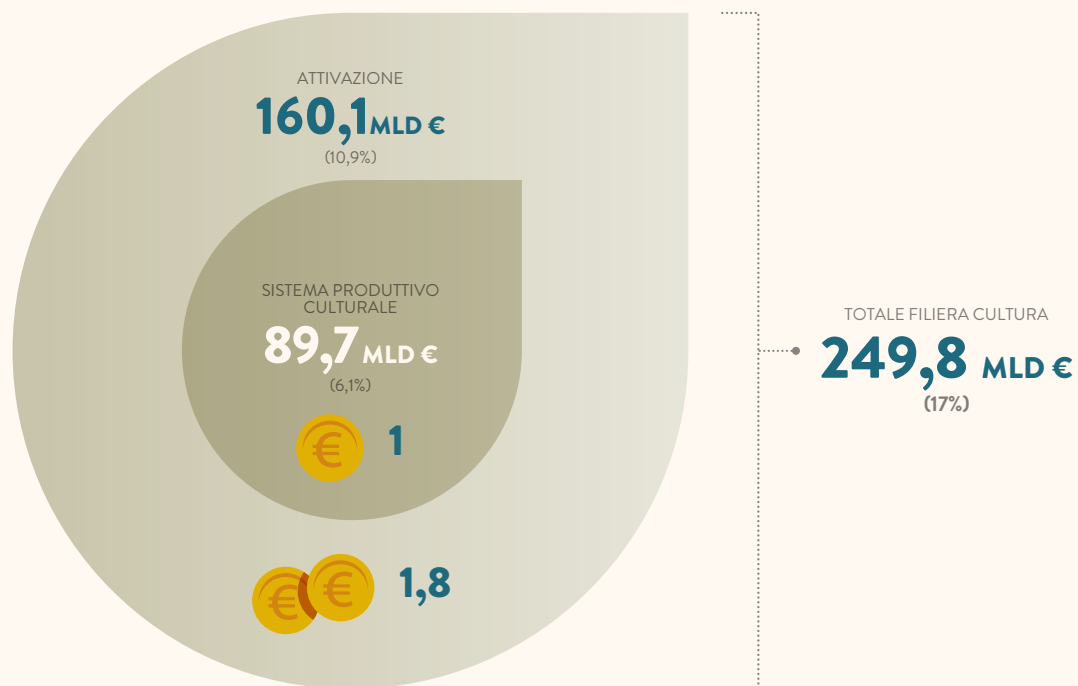
Tra i prodotti più esportati le macchine per l'agricoltura e il tabacco, quelle per l'industria alimentare, quelle per lavorare legno, metalli, materie plastiche e minerali non metalliferi (pietre ornamentali e ceramica, ad esempio), macchine per imballaggi e giostrine, apprezzate particolarmente per l'attenzione al minor consumo di energia a parità di prestazione.

# 06.

Machinery non-elettronico: export netto, 2015, mld di \$



OGNI EURO PRODOTTO DALLA CULTURA  
NE ATTIVA IN MEDIA ALTRI **1,8** SUL RESTO  
DELL'ECONOMIA. IL MOLTIPLICATORE  
VARIA A SECONDA DEI SETTORI.



## CULTURA, BELLEZZA E CREATIVITÀ PER COMPETERE. PRIMI PER SITI UNESCO

Alla filiera della cultura l'Italia deve 89,7 mld di €, il 6,1% della ricchezza prodotta nel Paese nel 2015. Questi quasi 90 mln ne mettono in moto altri 160,1 nel resto dell'economia: 1,8 € per ogni € prodotto dalla cultura.

Si arriva così a 249,8 mld prodotti dall'intera filiera culturale, dal design al made in Italy, dai new media al patrimonio storico culturale fino al turismo: il 17% della ricchezza nazionale.

Cultura e creatività danno lavoro al 6,1% del totale degli occupati, 1,5 mln di persone.

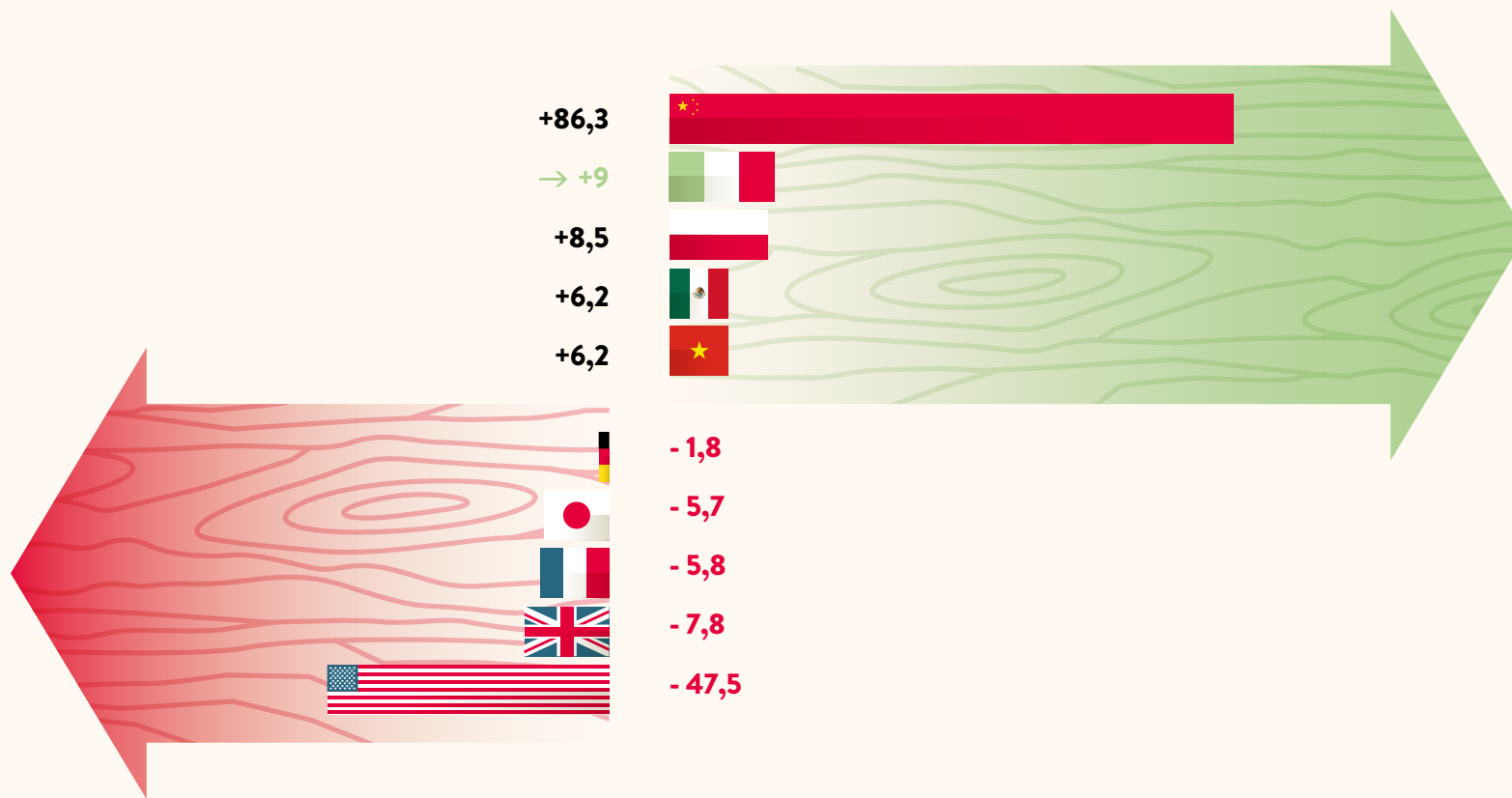
L'Italia vanta il primato mondiale per numero di siti Unesco: sono ben 51 quelli riconosciuti al nostro Paese.

# 07.

Valore aggiunto della filiera culturale e creativa  
(imprese, istituzioni, non profit).  
Effetto moltiplicatore sul resto dell'economia, 2015

FONDAZIONE SYMBOLA, L'ITALIA IN 10 SELFIE. 2017

FONTE | *Io sono cultura - l'Italia della qualità e della  
bellezza sfida la crisi*, Fondazione Symbola e Unioncamere



## L'INDUSTRIA ITALIANA DEL LEGNO ARREDO È SECONDA PER **SURPLUS COMMERCIALE**. **CAMPIONE DI SOSTENIBILITÀ**

Con 9 mld di \$ di surplus l'industria italiana del Legno Arredo è seconda al mondo per saldo della bilancia commerciale, preceduta solamente dalla Cina (86,3 mld) ma davanti ai competitor polacchi (8,5 mld), messicani e vietnamiti (6,2 mld) e tedeschi (-1,8 mld). Il primo importatore dei prodotti del legno arredo made in Italy è la Francia (1.061 mln €, anno 2015), seguito da Germania (844 mln), UK (719 mln), Svizzera (555 mln), Russia (527 mln), Spagna (407 mln), Emirati Arabi (295 mln), Cina (288 mln, dove siamo il primo fornitore nazionale), Arabia Saudita (272 mln) e Austria (265 mln).

L'industria del Legno Arredo made in Italy è all'avanguardia nella sostenibilità ambientale.

A partire dai consumi di energia: le nostre aziende utilizzano 30 tonnellate equivalenti di petrolio (tep) per ogni milione di € prodotto, contro una media Ue di 68 (il Regno Unito ne consuma 39, la Francia 56, la Germania 63 e la Spagna 101). E dalle emissioni: con 39 tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente per milione di €, contro le 50 dei Tedeschi, le 52 dei Francesi, le 93 dei Britannici e le 124 degli Spagnoli.

# 08.

Saldo commerciale dell'industria del Legno Arredo (su 37 prodotti internazionalmente censiti), 2014, mld di \$

FONDAZIONE SYMBOLA, L'ITALIA IN 10 SELFIE. 2017

FONTE | Focus settore legno-arredo, Fondazione Symbola, FederlegnoArredo, Fondazione Edison, Unioncamere



**PODIO 899 PRODOTTI**

## LE IMPRESE ITALIANE SONO TRA LE PIÙ COMPETITIVE

Su un totale di 5.117 prodotti - il massimo livello di disaggregazione statistica del commercio mondiale - nel 2014 l'Italia si è piazzata prima, seconda o terza al mondo per attivo commerciale con l'estero in ben 899: quasi uno su cinque. Per un valore totale di 200 mld di \$.

L'eccellenza del made in Italy sta nell'elevata diversificazione delle sue specializzazioni, che sono impennate soprattutto nei macrosettori delle '4A' (Alimentari-vini, Abbigliamento-moda, Arredo-casa e Automazione-meccanica-gomma-plastica).

09.

Prodotti nei quali l'Italia detiene le prime posizioni al mondo per surplus commerciale, 2014 (Indice Fortis-Corradini, Fondazione Edison®)



**PER 68 PRODOTTI IL NOSTRO PAESE È LEADER  
DELL'AGROALIMENTARE DI QUALITÀ.  
LA NOSTRA AGRICOLTURA PIÙ SOSTENIBILE E SICURA**

Tra i prodotti dell'agroalimentare italiano, 16 sono primi sui mercati internazionali. Dalla pasta ai pomodori e altri ortaggi, da aceto e olio ai fagioli: tutti campioni assoluti nelle quote di mercato mondiale. E ce ne sono altri 52 per i quali siamo secondi o terzi: siamo sul podio nel commercio mondiale, insomma, per ben 68 prodotti.

Il nostro è il Paese più forte al mondo per prodotti 'distintivi': primi nel food, con 292 tra Dop/Igp/Stg, e nel vino, con 523 Doc/Docg/Igt. L'Italia è seconda in Europa per superficie agricola biologica (con una crescita nel 2015 del +7,5% rispetto al 2014). E prima per numero di imprese del settore. E siamo anche ai vertici mondiali per sicurezza alimentare, con il minor numero di prodotti agroalimentari con residui chimici (0,3%), quota inferiore di 5 volte rispetto alla media europea (1,5%) e di quasi 20 volte di quella dei prodotti extracomunitari (5,7%).

10.

Prodotti agroalimentari nei quali l'Italia detiene le prime posizioni al mondo in termini di quote di mercato, 2014

FONDAZIONE SYMBOLA, L'ITALIA IN 10 SELFIE. 2017

FONTE | Focus sul settore agroalimentare, Fondazione Symbola, Unioncamere, Fondazione Edison, Coldiretti GreenItaly, Fondazione Symbola e Unioncamere



Si ringraziano: Accredia, Aiccon, Cloros, Coldiretti, Comieco, Conai, Consorzio Aaster, CRA/BCC di Battipaglia e Montecorvino Rovella, CREA, CSQA, Enel, Federazione Campana BCC, Federlegno Arredo, Federparchi, Fondazione Edison, Fondazione Fitzcarraldo, Fondazione Qualivita, Legambiente, Regione Marche, SiCamera, Sida Group, UCIMU, UCINA, Unaprol, Unioncamere.

Progetto grafico: Marimo | brandlife designers