

SYMBOLA

*I dieci
«selfie»
dell'Italia
migliore*

Dal Paese della bellezza alle opportunità della green economy e dell'innovazione

di **Carmine Fotina**
e **Giuseppe Latour**

C'è un collegamento sempre più chiaro tra la modernità delle produzioni e la capacità di competere. Dove l'innovazione con il carattere di "sostenibilità" è prevalente, le quote del made in Italy nello scacchiere mondiale sono più alte, facciamo meglio in termini di valore aggiunto, sembriamo essere usciti meglio dalla doppia recessione.

Nelle dieci "istantanee" del rapporto che la Fondazione Symbola pubblicherà oggi ci sono altrettanti primati, focus su settori o indicatori in cui l'Italia sa restare ai vertici e magari anche migliorarsi.

Trade performance, uso efficiente delle risorse nella produzione, green jobs, design, moda, cultura, agroalimentare, farmaceutica, legno arredo, meccanica.

La forza dell'export

La crescita delle nostre esportazioni nel 2017 (+7%) è un risultato collettivo. Il meglio del made in Italy ha contribuito in modo determinante. E il risultato ancora una volta è la posizione da protagonisti nel Trade Performance Index (l'indicatore elaborato da Unctad e Wto): siamo primi, secondo o terzi per le esportazioni in 8 macrosettori su 14 considerati (dietro solo alla Germania, che è sul podio in 9). Alcuni settori hanno "battuto" prima di altri la crisi, come la farmaceutica che tra il 2010 e il 2016 ha visto una crescita dell'export del 52%, più della media della Ue a 28 (+32%). Siamo la locomotiva europea nelle esportazioni del legno-arredo: circa il 30% del totale venduto dalla Ue nel resto del mondo, consolidando in questo campo la posizione sul podio anche nella produzione (21,2 miliardi dietro a Cina e Usa). E - in piena affermazione del paradigma Industria 4.0 - restiamo protagonisti assoluti nella meccanica. Il surplus del machi-

nery non elettronico viaggia intorno ai 58 miliardi, alle spalle solo di Germania (104,2 miliardi), Cina (83,6) e Giappone (70).

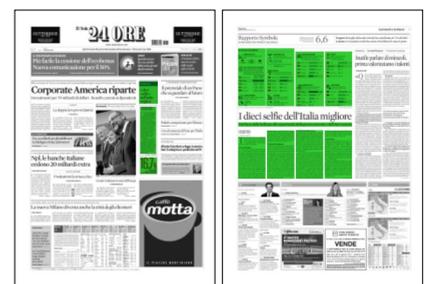
Il valore della «bellezza»

Symbola ha definitivamente sdoganato il valore economico di cultura, bellezza, creatività. Una filiera che vale 89,9 miliardi, capaci a loro volta di metterne in moto altri 160 miliardi nel resto dell'economia: 1,78 euro per ogni euro prodotto dalla cultura. A conti fatti, 250 miliardi derivanti dall'intera filiera (16,7% del Pil). Il design, parte integrante degli 89,9 miliardi insieme ad altre industrie "creative", esprime un'incidenza del fatturato sul totale dell'economia pari allo 0,15%, quasi il doppio della media Ue (0,09%); tra le grandi economie continentali meno solo del Regno Unito (0,17%). È un emisfero a parte, altra fonte di primati, la moda. Qui siamo il secondo Paese per quote di mercato (6,6%) dopo la Cina, con la capacità preservata durante la crisi di produrre oltre un terzo di tutto il valore aggiunto nella Ue28.

L'uso efficiente delle risorse

Un altro marcatore del livello di competitività è dato dalla leadership europea che abbiamo conquistato nel campo delle performance ambientali. Eurostat rileva che le imprese italiane si caratterizzano per un uso molto efficiente delle risorse nei processi produttivi: con 256 tonnellate di materia prima per ogni milione di euro prodotto facciamo molto meglio della media Ue (454 t). Ma ci piazziamo anche al vertice della classifica comunitaria, dietro alla sola Gran Bretagna (223 t).

A valle del processo produttivo, l'Italia fa molto bene anche nel campo dei rifiuti. Con 41,7 tonnellate di rifiuti per ogni milione di euro prodotto (tre in meno del 2008) siamo i più efficienti in Europa. E, anche in questo caso, facciamo molto meglio della Germania (65,5 tonnellate). Mentre, parlando delle emissioni in atmosfera, siamo secondi tra le cinque grandi economie comunitarie (101 tonnellate di CO2), dietro solo alla Francia (86,5 t, in questo caso favorita dal nucleare). La riduzione delle emissioni è un'evidenza anche in agricoltura: in questo caso il made in Italy è in testa alla classifica europea per riduzione delle emissioni climalteranti. Con 678 tonnellate di CO2 equivalente per milione di euro prodotto facciamo molto meglio di Spagna (912), Francia (1.060), Germania (1.355), Gran Bretagna



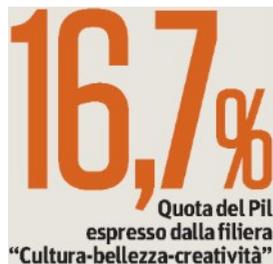
(1.412) e della media Ue28 (1.073).

I «green jobs»

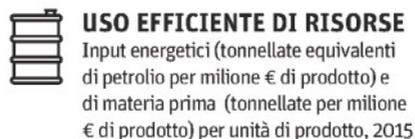
L'impatto dell'economia verde non resta confinato alle statistiche, ma si traduce in occupazione. In Italia sono 2 milioni e 964mila i "green jobs", cioè occupati che applicano competenze "verdi". Si tratta del 13,1% dell'occupazione complessiva nazionale: nel solo 2017 sono state quasi 320mila le nuove assunzioni nei green jobs. Alcuni settori pesano più di altri: nelle aree aziendali della progettazione e della ricerca e sviluppo è green quasi il 60% delle figure professionali.

Si tratta, tra gli altri, di ingegneri energetici, agricoltori biologici, esperti di acquisti verdi, tecnici mecatronici, installatori di impianti termici a basso impatto. Queste figure si caratterizzano anche per una maggiore stabilità contrattuale: le assunzioni a tempo indeterminato sono oltre il 46% nel caso dei green jobs, quando nel resto delle altre figure tale quota scende a poco più del 30%.

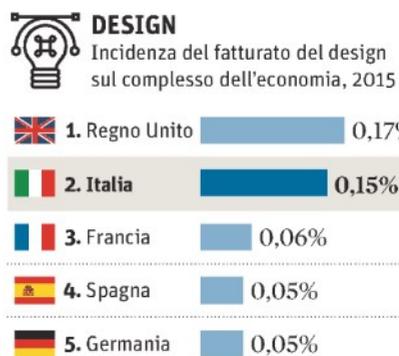
© RIPRODUZIONE RISERVATA



La ricerca e le eccellenze



	ENERGIA	MATERIA PRIMA
1. Regno Unito	8,3	223,4
2. Italia	13,7	256,3
3. Francia	14,4	340,0
4. Spagna	15	356,7
5. Germania	17,1	423,6





AGROALIMENTARE

Emissioni atmosferiche dell'agricoltura, tonnellate di CO2 equivalente per milione di euro prodotto, 2014



MODA

Quote di mercato mondiale del totale della moda, valori percentuali, 2016



FARMACEUTICA

Aumento dell'export farmaceutico, quota percentuale, 2010-2016



MACHINERY

Machinery non-elettronico: export netto, mld di \$, 2016



INTERVISTA ■ Ermete Realacci ■ Presidente Symbola

Inutile parlare di miracoli, prima valorizziamo i talenti

«Ci sono energie e opportunità enormi che non sono frutto di politiche contingenti, ma dei fondamentali del Paese»
di **Giorgio Santilli**

«**Q**uesti 10 selfie sono un distillato dei talenti italiani, facilmente comunicabile, anche all'estero. È tradotto non solo in inglese, ma anche in tedesco e cinese, e usato dalle nostre ambasciate o dalle camere di commercio estere. È una maniera di raccontare l'Italia che non vuole ignorare i problemi gravi che abbiamo (debito, occupazione, burocrazia inefficiente e asfissiante, Sud), ma ha per presupposto l'idea che se non partiamo dal valorizzare i nostri talenti, non riusciremo ad affrontare i problemi e le sfide che abbiamo di fronte. È una fotografia della realtà italiana, ma anche una visione politica, un modo di interpretare la politica». Ermete Realacci, presidente Pd della commissione Ambiente della Camera e presidente di Symbola, spiega il Rapporto annuale della fondazione, «basato su indicatori non sempre noti e su sintesi dei rapporti che Symbola produce durante l'anno, dall'innovazione alla sostenibilità, dalla cultura a settori come il farmaceutico o il mobile».

Presidente Realacci, in questi 10 selfie c'è una fotografia del Paese reale e della sua economia che contrasta vistosamente con una campagna elettorale alimentata da discussioni ideologiche e proposte roboanti sganciate dalla realtà.

Nel nostro Rapporto ci sono indicatori di sintesi, ma sono coerenti con l'azione che ci piace fare di guardare un po' più il Paese negli occhi. Così scopriamo energie, talenti, opportunità enormi che non sono frutto di politiche contingenti di questo o quel governo, ma dei fondamentali del Paese. La possiamo chiamare cultura della qualità, che ha un

ruolo decisivo nell'affermazione del Made in Italy. È la forza del nostro sistema industriale, la capacità di produrre all'ombra dei campanili, la nostra economia circolare avanzata che affonda le radici nella storica mancanza di materie prime. Ma penso anche che un ruolo decisivo ce lo abbiano la cultura e la straordinaria capacità di collegare tutto questo. È il tratto qualificante italiano, come diceva Galbraith.

Cosa diceva Galbraith?

Si chiedeva come l'Italia del dopoguerra avesse potuto farcela, considerando l'arretratezza della nostra economia, la debolezza delle istituzioni e le altre criticità. È la risposta che l'Italia ce l'aveva fatta perché c'era più bellezza nelle sue città che nel resto del mondo e quella bellezza entrava nei prodotti italiani contribuendo al loro successo. Venendo ai giorni nostri, quando proponiamo una politica che guardi negli occhi il Paese, ci riconosciamo in recenti frasi del presidente Mattarella e del presidente Gentiloni, molto distanti dai toni della campagna elettorale. Mattarella ha detto di essere stupito del fatto che molti parlino di un'Italia rassegnata perché, viceversa, in giro per l'Italia incontra un Paese che combatte, soffre ma vuole farcela.

E Gentiloni?

Parlando della ripresa, il presidente del Consiglio ha detto che c'è ancora da fare (disoccupazione, Sud, disegualanze) ma soprattutto che della ripresa bisogna ringraziare cittadini e imprese. Parole che delineano per la politica un ruolo di accompagnamento alle forze vitali del Paese, molto lontano da ricette disfattiste o miracolistiche che ascoltiamo in campagna elettorale con costi di centinaia di miliardi e poi vengono disattese perché è chiaro che da solo non ce la fa e quel che serve è invece mettersi in collegamento con quel che già esiste nel Paese, valorizzarlo e spingerlo. Un'idea di politica, quella di Mattarella e Gentiloni, che trova riscontro in articoli della nostra Costituzione come il 3 o il 9,

quando parlano di Repubblica e non di Stato, perché chiamano tutti a un impegno.

Se si guarda al racconto dell'Italia che passa in politica o nei media, si direbbe che il talento italiano sia colto più all'estero che in Italia.

È vero, l'Italia all'estero è più popolare che in Italia, soprattutto se parliamo di made in Italy o di cultura. Ma anche all'estero si sottovaluta la forza del sistema Italia che esaltiamo nel Rapporto: molti dei suoi punti di forza non sono percepiti neanche all'estero. Suscita sorpresa, per esempio, leggere che siamo i secondi al mondo, dopo la Germania e prima della Cina, nelle graduatorie sulle quote di export nei principali settori dell'economia.

C'è la nostra capacità di competere nel mondo ma c'è anche un mercato interno da rilanciare e qualificare se vogliamo dare forza alla ripresa.

Certo, è necessario anche per rilanciare l'occupazione. Mi sorprende che in campagna elettorale si fanno cifre roboanti di milioni di posti di lavoro, ma nessuno parla dei 400 mila occupati creati dai crediti di imposta in edilizia, ecobonus, sismabonus, ora c'è anche per il verde. È una politica che ha evitato la sparizione del settore edilizio e al tempo stesso può rendere più vivibili e sicure le nostre case e le nostre città. Ma non sento un dibattito su quali debbano essere i passi avanti da fare. Vedo, invece, alla voce estero filia, titoli sulla Scozia che dal 2020 abolirà i cotton fiocch, senza sapere che noi siamo stati i primi a farlo con un emendamento alla legge di bilancio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

