

2018

L'ITALIE EN 10 SELFIES.

.....

LA QUALITÉ POUR ÊTRE COMPÉTITIF

La Tradition, c'est nourrir les flammes, pas vénérer les cendres

Gustav Mahler

Pour faire face aux challenges de demain, en partant des objectifs de développement durable de l'ONU, nous avons besoin de mobiliser les meilleures énergies. Cela est valable pour tous, y compris l'Italie.

Nombres d'atouts de notre pays sont sous-estimés par les italiens eux-mêmes ; une enquête IPSOS révèle en effet que ces derniers ont une opinion de l'Italie nettement moins positive que celle du reste du monde.

Une vision claire de la réalité est cependant essentielle notamment pour faire face aux retards qui nous caractérisent : non seulement la dette publique mais aussi les blessures de la crise, les inégalités sociales, l'économie parallèle et illégale, le retard du Sud, une bureaucratie inefficace et souvent asphyxiante.

L'Italie en 10 selfies de Symbola est un mémo, presque un recensement, de nos talents ; notamment par la mise en avant des records de notre compétitivité sur les marchés mondiaux, en indiquant les moteurs de la qualité (environnement, design, culture) qui sont à la base de cette même compétitivité ; par l'observation des excellentes performances des secteurs, individuellement, du Made in Italy (agroalimentaire, bois d'ameublement, mécanique, mode, mais également des secteurs de pointe comme le secteur pharmaceutique).

Parce que c'est de ces talents, de cette Italie qui fait l'Italie, que nous devons partir. Et c'est cette Italie que Symbola lit et raconte dans ses comptes-rendus qui, en fin d'année, sont condensés dans ces selfies.

Cette Italie que nous analysons et relatons, par leur intermédiaire, est faite de multiples entreprises, communautés, associations, institutions dont les points communs sont l'ambition et le challenge de la qualité. L'Italie qui réunit traditions anciennes et nouvelles technologies, la recherche, digitale et artisanale, qui regroupe la culture, la green economy, la compétitivité. Celle qui tire avantage des valeurs – cohésion sociale, mise en valeur du capital humain, empathie avec les territoires, beauté – qui sont la marque de fabrique du Made in Italy, mais que les économistes main stream, ne considèrent pas d'ordinaire ; à part quelques importantes exceptions, comme le démontre le Prix Nobel attribué cette année à Richard H. Thaler, pour ces études sur l'économie comportementale et sur le nudge, le coup de pouce. Des exceptions qui prouvent l'avancée de points de vue plus ouverts envers des variables qui ne sont d'ordinaire pas prises en considération.

Un nouveau modèle économique plus humain – et qui ressemble à celui évoqué par le Pape François dans le Laudato si – où le développement et les enjeux technologiques sont liés à la dignité humaine, aux communautés vitales, à un bien-être général. Et si l'Italie, dans sa meilleure partie, pouvait donner sa contribution à ce modèle d'économie ? si cette contribution était ce que nous pouvions apporter au monde pour faire face aux enjeux, en commençant par les changements climatiques, que le présent et le futur nous imposent ?

ERMETE REALACCI

Président Fondation Symbola

2018

L'ITALIE EN 10 SELFIES.

LA QUALITÉ POUR ÊTRE COMPETITIF

COMPETITIVITÉ

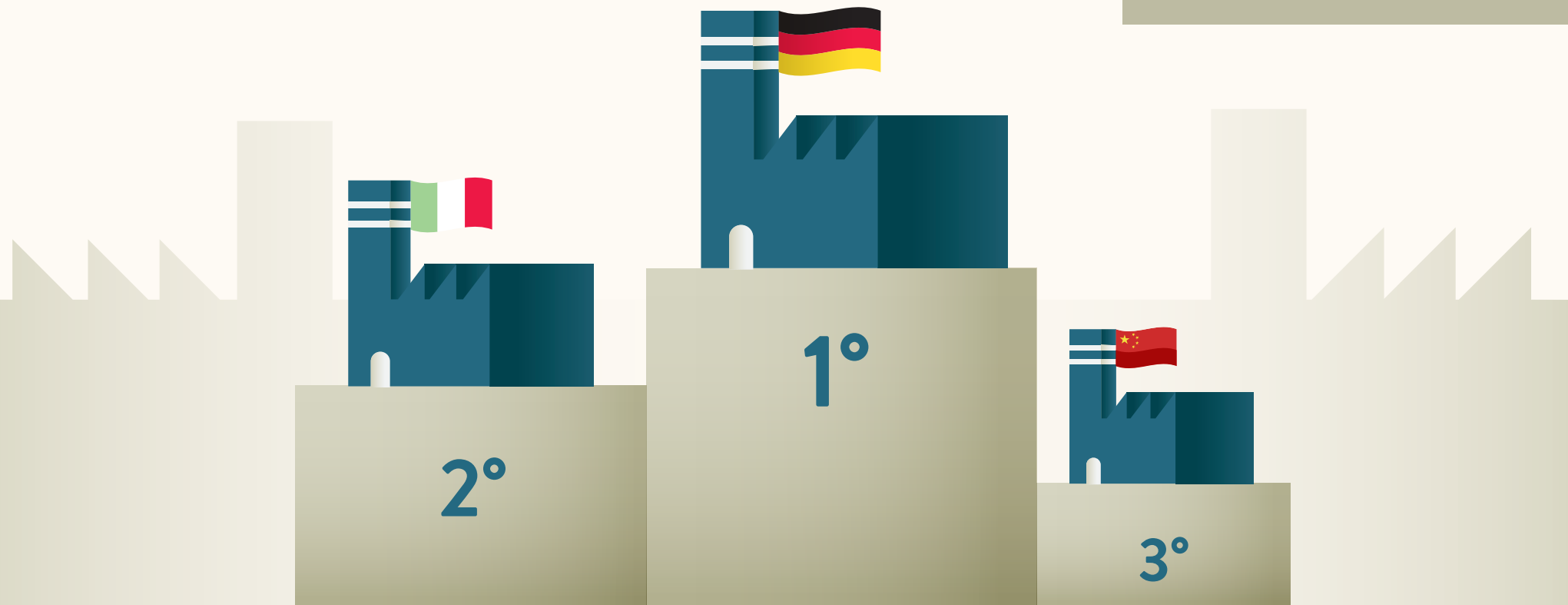
01. ITALIE DEUXIEME DANS LE MONDE POUR LA COMPETITIVITÉ DES SECTEURS PRODUCTIFS
02. L'ITALIE LEADER EN EUROPE POUR L'UTILISATION EFFICACE DES RESSOURCES DANS LES PROCESSUS DE PRODUCTION

MOTEUR DE LA QUALITÉ

03. DURABILITE' : EN ITALIE 3 MILIONS DE GREEN JOBS, C'EST A DIRE 13,1% DES ACTIFS
04. LE DESIGN : LA FORCE DU MADE IN ITALY
05. CULTURE, BEAUTÉ ET CREATIVITÉ REPRESENTENT 16% DU PIB

MADE IN ITALY

06. AGROALIMENTAIRE : PREMIER EN TERMES DE DURABILITÉ
07. SECTEUR PHARMACEUTIQUE : PREMIER PARMI LES GRANDS PAYS EUROPEENS POUR LA CROISSANCE DE L'EXPORT
08. BOIS D'AMEUBLEMENT : PREMIER EXPORTATEUR EUROPEEN VERS LES MARCHÉS EXTRA UE
09. MACHINERIE : QUATRIEME DANS LE MONDE POUR LE SURPLUS COMMERCIAL
10. MODE : DEUXIEME AU MONDE POUR LES PARTS DE MARCHÉ



ITALIE DEUXIEME DANS LE MONDE POUR LA COMPETITIVITÉ DES SECTEURS PRODUCTIFS

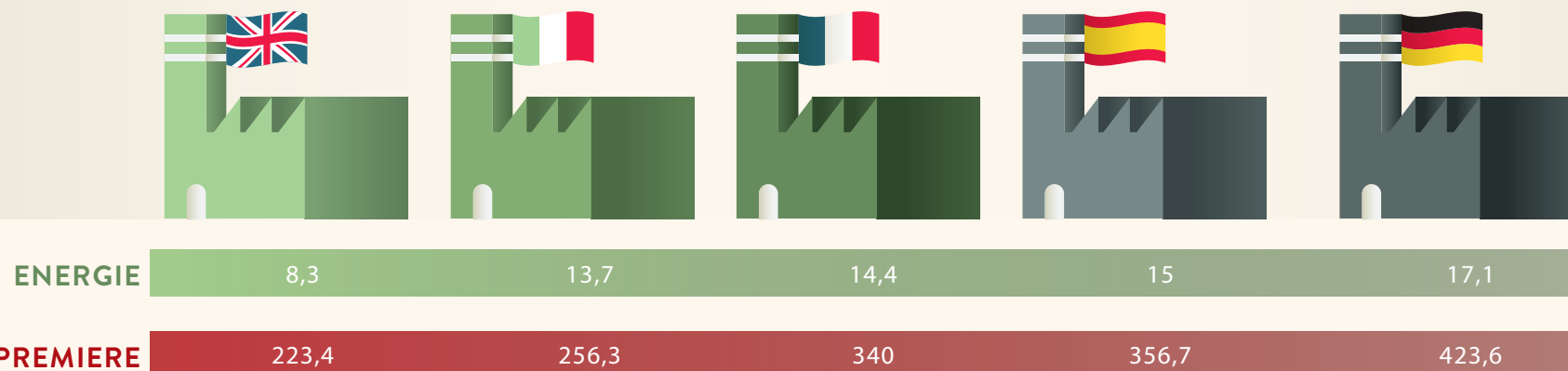
Selon le Trade Performance Index (Indicateur de l'International Centre de UNCTAD/WTO), notre Pays est deuxième après l'Allemagne, parmi les principaux acteurs du commerce international. Nous sommes premier, deuxième ou troisième en termes de compétitivité pour le commerce extérieur* dans 8 macro secteurs sur un total de 14 pris en compte, deuxième seulement après l'Allemagne qui est sur le podium pour 9 secteurs, suivis par la Chine (5).

Nous sommes notamment premier pour l'habillement et pour les produits en peau et en cuir, deuxième en mécanique, pour les moyens de transport ainsi que pour le textile. Le rôle de premier plan de notre pays dans l'économie globale est confirmé par la cinquième position mondiale de notre balance manufacturière avec 99,1 milliard de dollars (G20, année 2016).

* Mesurée selon 5 indicateurs : solde commercial; export par personne ; exportations ; niveaux de diversification des marchés et des produits.

01.

Positionnement des Pays G-6, de Chine et Corée du Sud dans les classifications mondiales Du Trade Performance Index UNCTAD-WTO 2016



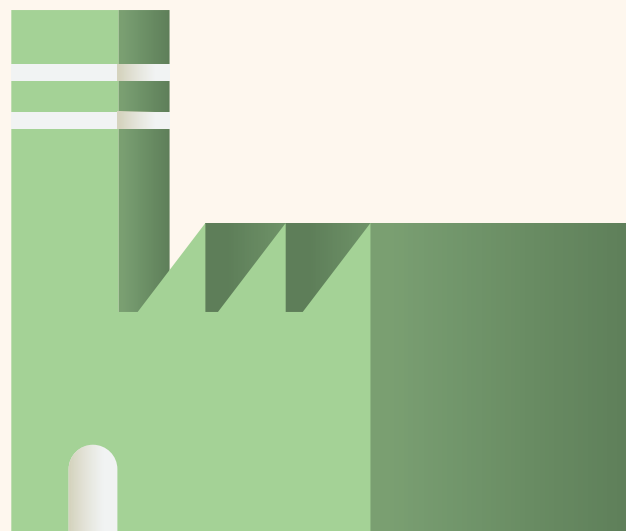
L'ITALIE LEADER EN EUROPE POUR L'UTILISATION EFFICACE DES RESSOURCES DANS LES PROCESSUS DE PRODUCTION

Le système productif italien se confirme comme l'un des plus innovants dans le secteur environnemental grâce à une utilisation plus efficace de l'énergie et de la matière. Pour un même produit, les entreprises Made in Italy consomment moins d'énergie : avec 13,7 tonnes équivalent pétrole pour un million d'euros produit, parmi les 5 grands pays Ue, seules les entreprises de la Grande Bretagne, qui a cependant une économie plus liée à la finance, font mieux que l'Italie (8,3 TEP). Nous dépassons cependant les français (14,4), les espagnoles (15 TEP) et les allemands (17,1 TEP), ce qui nous place bien au-dessus de la moyenne communautaire (16,6).

Concernant l'utilisation des matières premières par unité de produit, notre péninsule se place en deuxième position, encore une fois derrière le Royaume Uni (223,4 tonnes par million d'euros d'output), avec l'utilisation de 256,3 tonnes de matière par million d'euros, valeur bien inférieure à celle de la France (340), de l'Espagne (356,7) et de l'Allemagne (423,6). Le chiffre italien est inférieur de quasiment la moitié par rapport à 2008 (493,4).

02.

Input énergétique (tonnes équivalent pétrole par million d'euros produit) et de matières premières (tonnes par million d'euros produit) par unité de produits dans les principaux pays de l'Union européenne, 2015.



13,1%

DES ACTIFS AU NIVEAU NATIONAL

+320.000

NOUVEAUX GREEN JOBS EN 2017

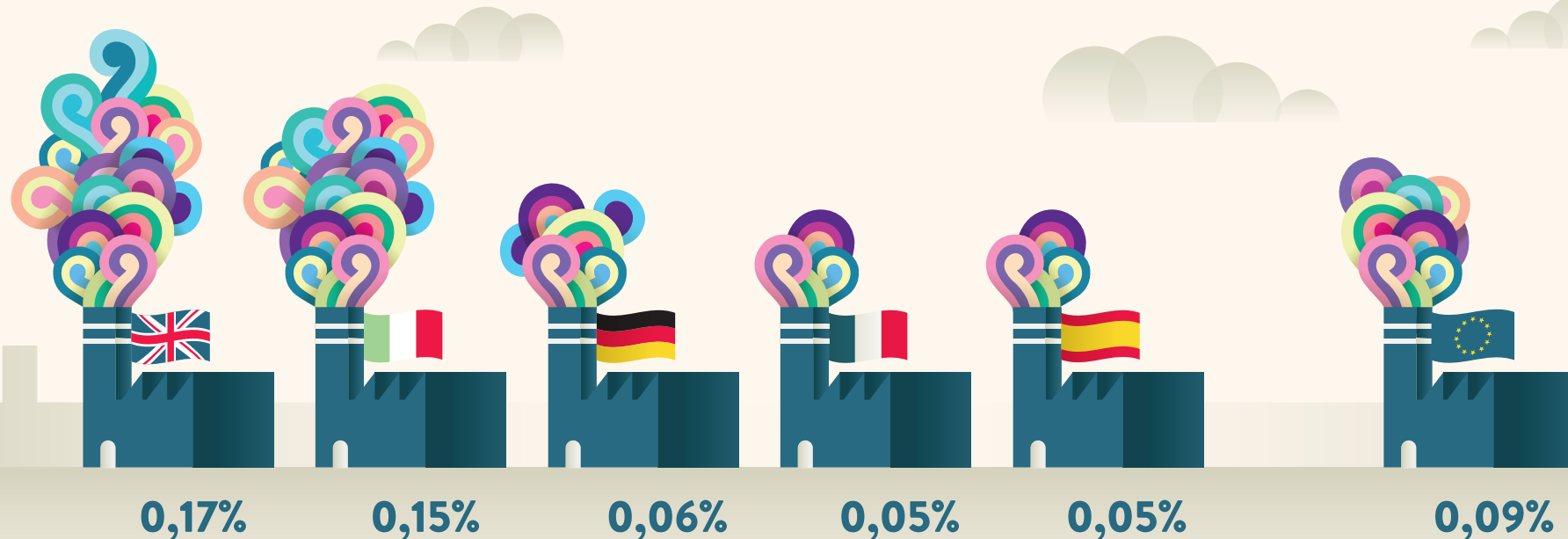
DURABILITE' : EN ITALIE **3 MILIONS DE GREEN JOBS**, C'EST A DIRE 13,1% DES ACTIFS

En Italie, la Green economy a permis déjà deux millions de green jobs (derniers chiffres disponibles, année 2016), c'est-à-dire des actifs qui utilisent des compétences "vertes" : 13,1% de l'occupation globale nationale. En 2017 presque 320 millions d'embauches green jobs ont été prévues.

Dans les entreprises, au sein des départements d'élaboration des projets et de recherches et développement, presque 60% des profils professionnels sont 'green' : ce qui confirme que l'innovation représente un trait fondamental de la Green economy.

03.

Pourcentage de green jobs
sur le total d'actifs en Italie, 2016



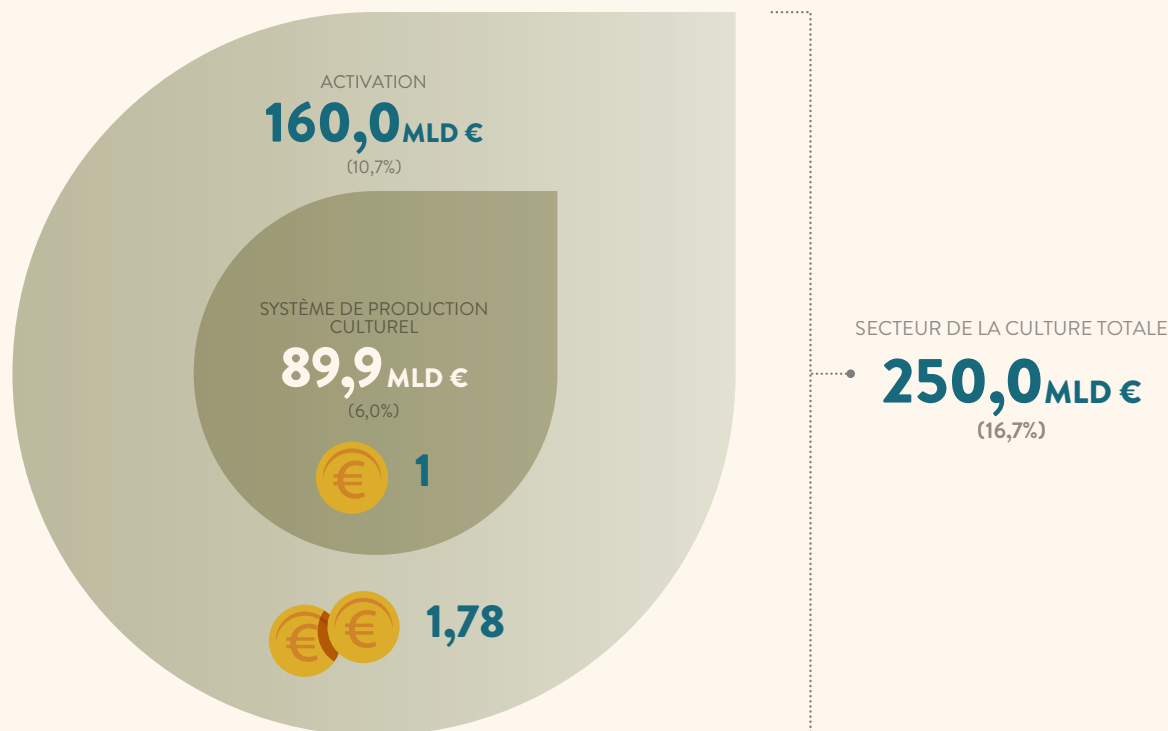
LE DESIGN: LA FORCE DU MADE IN ITALY

Le design représente en Italie un secteur stratégique. Parmi les grandes économies européennes, l'Italie est deuxième, après le Royaume Uni (0,17%), pour l'incidence du chiffre d'affaires du design sur le total de l'économie : 0,15%, presque le double de la moyenne européenne (0,09%), bien plus que l'Allemagne (0,06%) mais aussi que la France et l'Espagne (0,05%). Avec 10.000 projets, l'Italie se confirme également comme deuxième puissance de l'Union européenne pour le nombre de designers enregistrés. Globalement, sur les 32 catégories répertoriées par le Registered Community Design (l'outil communautaire d'enregistrement des projets et dessins dans le secteur industriel), dans 22 cas nous nous plaçons parmi les trois premiers pays en nombre absolu. Nous montons sur la première marche du podium dans quatre cas (alimentaire, articles décoratifs, instruments de musique, logos), pour 8 cas nous sommes seconds (textiles, articles de voyage, textiles artificiels, décoration d'intérieur, articles pour la maison, équipements publicitaires et enseignes, équipements sanitaires, de distribution, chauffage et conditionnement, appareil d'illumination) et dans 10 cas, troisième (articles de nettoyage, paquets et contenants, secteur horloger, moyens de transport, machinerie, instruments de photographie, cinématographie et optiques, imprimerie et machines pour bureau, articles pour la chasse et la pêche, bâtiment et éléments pour la construction, machines pour la préparation alimentaire).

04.

Incidence du chiffre d'affaires du design sur la globalité de l'économie (le total de l'économie est calculé par rapport au Ateco 10-74, et en excluent, donc, l'agriculture et les services à la personne – instruction, santé, services publics, ..etc), valeurs %, 2015

CHAQUE EURO PRODUIT PAR LA CULTURE GÉNÈRE **1,78** EUROS SUR LE RESTE DE L'ÉCONOMIE. LE MULTIPLICATEUR VARIE EN FONCTION DU SECTEUR.



CULTURE, BEAUTÉ ET CREATIVITÉ REPRESENTE 16% DU PIB

La filière de la culture représente 89,9 milliards d'euros, c'est-à-dire 6% de la richesse produite par le Pays en 2016. Ces presque 90 milliards d'euros en génèrent 160 autres dans le reste de l'économie : 1,78 euros pour chaque euro produit par la culture. On atteint ainsi 250 milliards produits par la filière culturelle (16,7% du PIB), avec le tourisme comme principal bénéficiaire de cette effet multiplicateur. Culture et créativité permettent en outre d'occuper 6,1% du total des actifs en Italie, soit 1,5 millions de personnes.

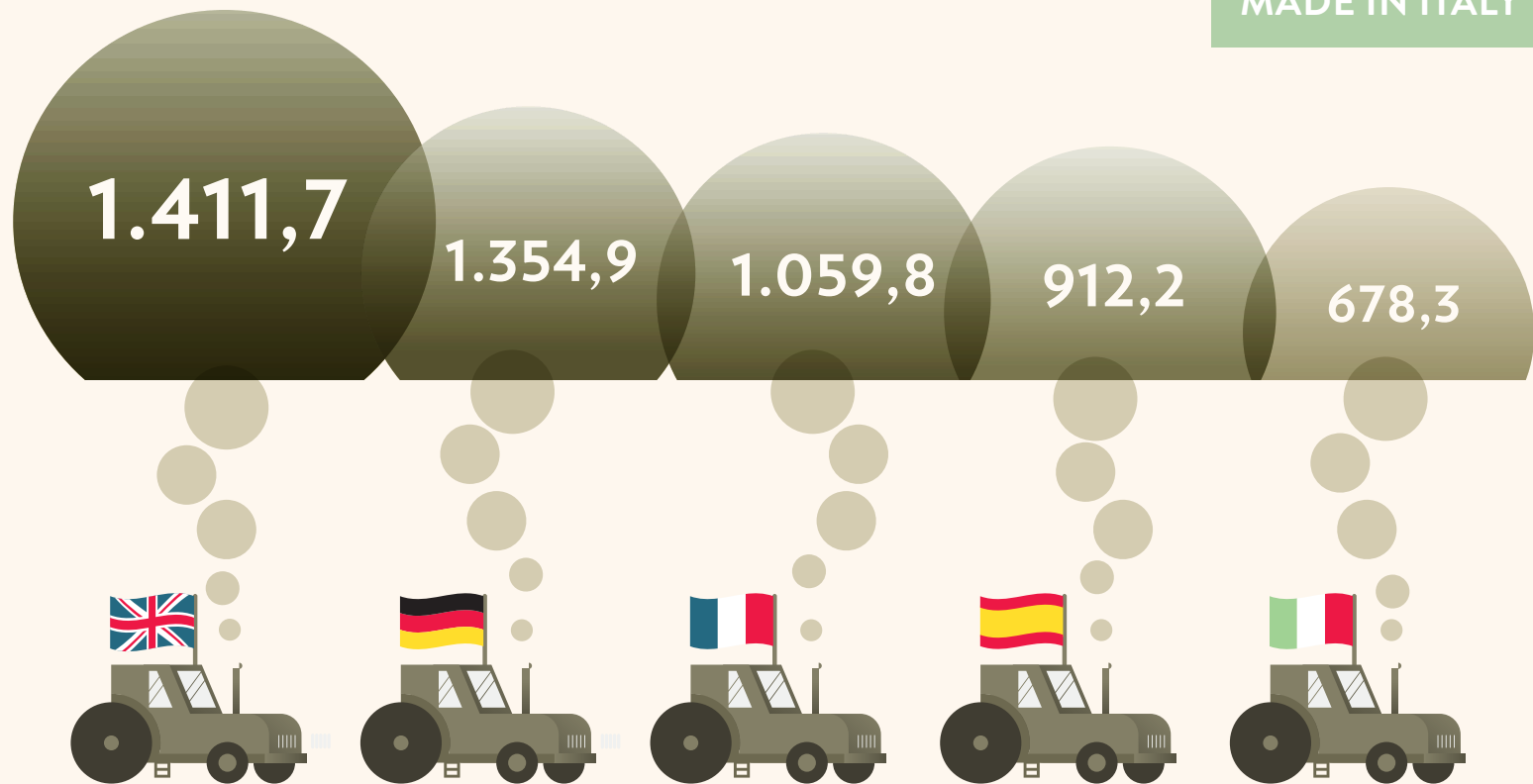
L'Italie se confirme comme la destination européenne préférée des touristes extra européens. En 2016 c'est le premier pays en termes de nuitée de touristes extra européens, avec plus de 60 millions de nuitées, devançant de loin l'Espagne (46,6 millions), la France (36,6 millions) et l'Allemagne (31,8 millions). Ce chiffre concerne notamment les petites communes où l'augmentation des touristes étrangers est presque trois fois plus élevée que la moyenne nationale.

05.

Valeur ajoutée de la filière culturelle et créative (entreprises, institutions, no profit).
Effet multiplicateur sur le reste de l'économie, 2016

FONDATION SYMBOLA, L'ITALIE EN 10 SELFIES. 2018

SOURCES | *Io sono cultura – l'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, Fondation Symbola e Unioncamere

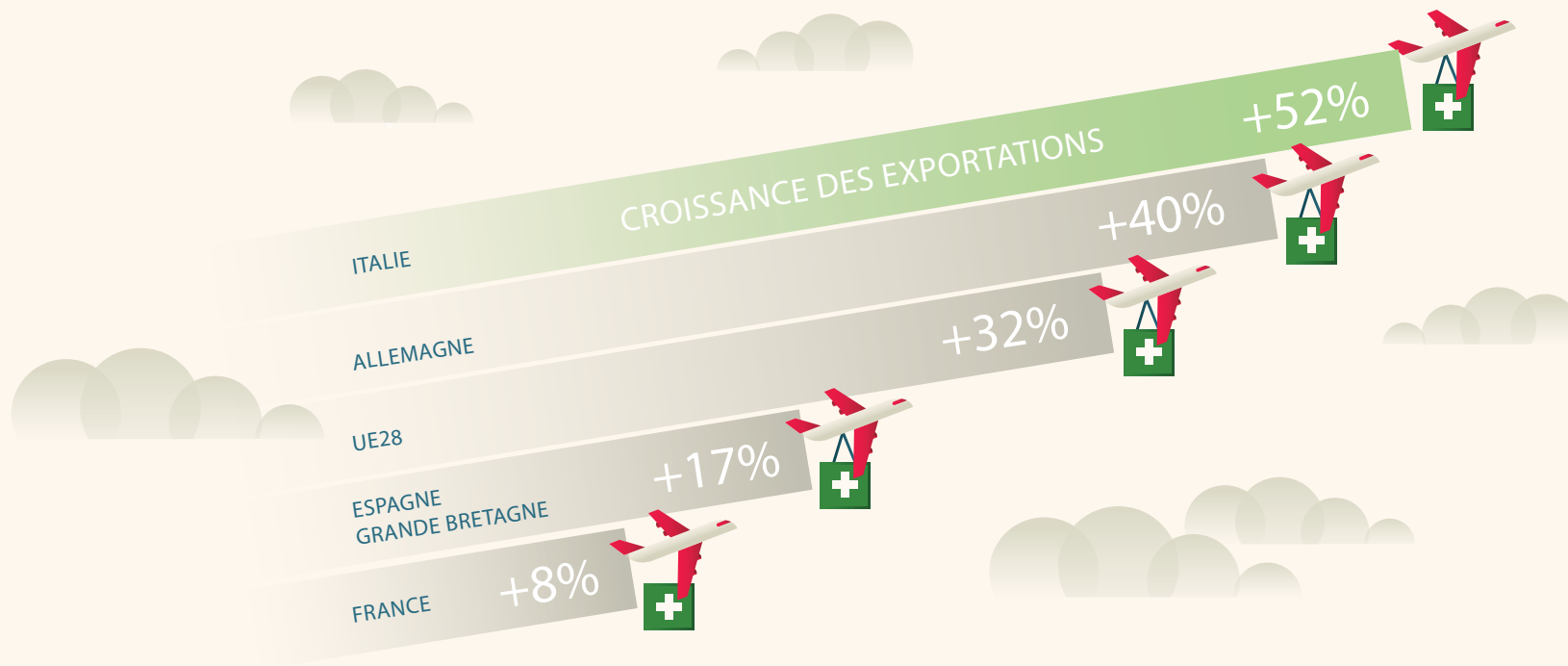


AGROALIMENTAIRE: PREMIER EN TERMES DE DURABILITÉ

L'agriculture Made in Italy est première parmi les grands pays européens concernant la réduction des émissions dangereuses pour l'environnement : avec 678 tonnes de CO₂ équivalent par million d'euros produit, nous faisons bien mieux que l'Espagne (912), que la France (1.060), que l'Allemagne (1.355), que la Grande Bretagne (1.412) et que la moyenne Ue28 (1.073). Nous sommes efficaces également concernant l'utilisation de l'énergie, troisième parmi les grands Ue avec 46 tonnes équivalent pétrole par million d'euros produit, après la Grande Bretagne et l'Espagne. L'Italie est le seul pays au monde à pouvoir mettre en avant 859 produits Dop, Igp et Stg, première dans cette classification spécifique du goût et des productions typiques devant la France (756), l'Espagne (355), la Grèce (272), le Portugal (197), et l'Allemagne (163). Nous sommes au sommet de la sécurité alimentaire avec le plus bas nombre de produits agroalimentaires contenant des résidus chimiques : 0,5%, valeur presque trois fois inférieure à la moyenne européenne (1,6%) et plus de 12 fois inférieure à celle des produits extracommunautaires (5,7%). Nous n'avons de plus aucun rival concernant le nombre d'entreprises œuvrant dans le secteur biologique (72.154), avec le plus grand nombre parmi les autres grands pays européens. C'est également grâce à ces caractéristiques que l'Italie (avec 31,6 milliards d'euros) est le deuxième pays en Europe après la France (32,7 milliards) pour la valeur ajoutée des secteurs de l'agriculture, silviculture et pêche.

06.

Emissions atmosphériques de l'agriculture, tonnes de CO₂ équivalent par million d'euros produit, 2014 (derniers chiffres disponibles)



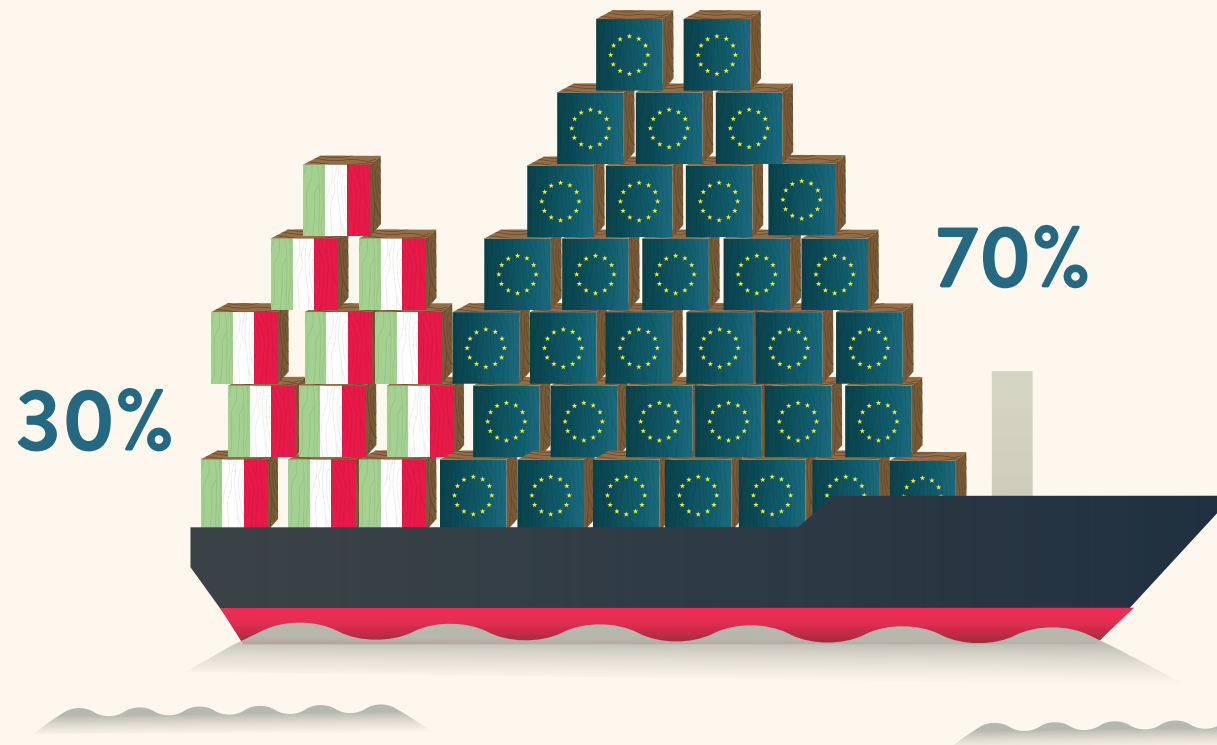
SECTEUR PHARMACEUTIQUE : PREMIER PARMIS LES GRANDS PAYS EUROPÉENS POUR LA CROISSANCE DE L'EXPORT

Sur la période 2010-2016, donc pendant la crise, l'industrie pharmaceutique Italienne a enregistré une croissance de l'export de 52%, plus que la moyenne Ue à 28 (+32%) et plus que les autres grands pays européens (Allemagne +40%, Espagne et Grande Bretagne +17%, France +8%)

En outre, avec 30 milliards d'euros, l'Italie est le deuxième pays européen concernant la production, après l'Allemagne (31 milliards) et devant la France (21 milliards), le Royaume Uni (20 milliards) et l'Espagne (16 milliards).

07.

Augmentation de l'export pharmaceutique, valeur %, 2010-2016

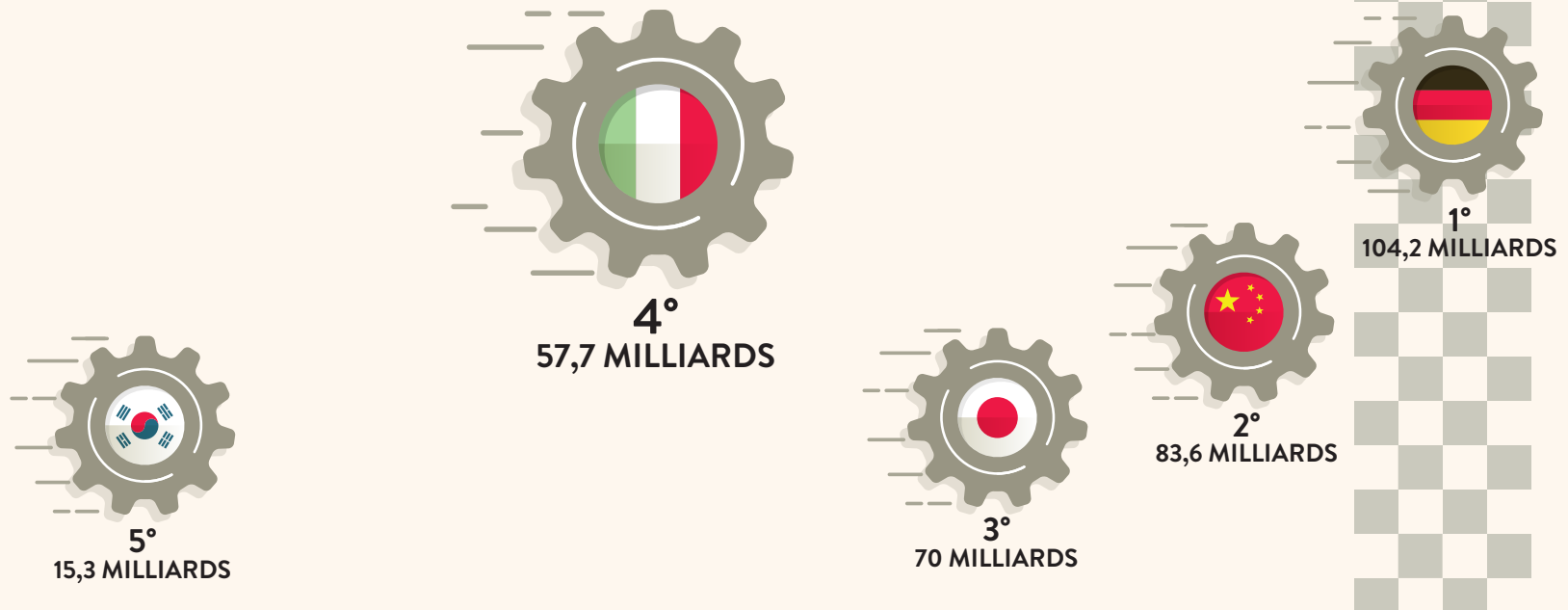


BOIS D'AMEUBLEMENT: PREMIER EXPORTATEUR EUROPEEN VERS LES MARCHÉS EXTRA UE

Avec 30% du total exporté par l'Ue dans le reste du monde, l'Italie est le premier pays exportateur européen du secteur bois d'ameublement, suivi par l'Allemagne (20%), la Pologne (8%), la suède, la France, le Danemark et l'Espagne (5%), et le Royaume Uni (4%). Ceci grâce également au choix environnemental de ses entreprises. Nous sommes, par exemple, leader européen pour l'utilisation de bois recyclé dans la production de panneaux d'agglomérés, avec 90% de matériau issu du recyclage. L'Italie se trouve en pool position également au niveau mondial : nous sommes troisième après la Chine (115 milliards d'euros) et les Etats Unis (66 milliards d'euros) pour la production d'ameublement avec 21,2 milliards d'euros.

08.

Valeur % d'export européen extra Ue du bois d'ameublement, 2016



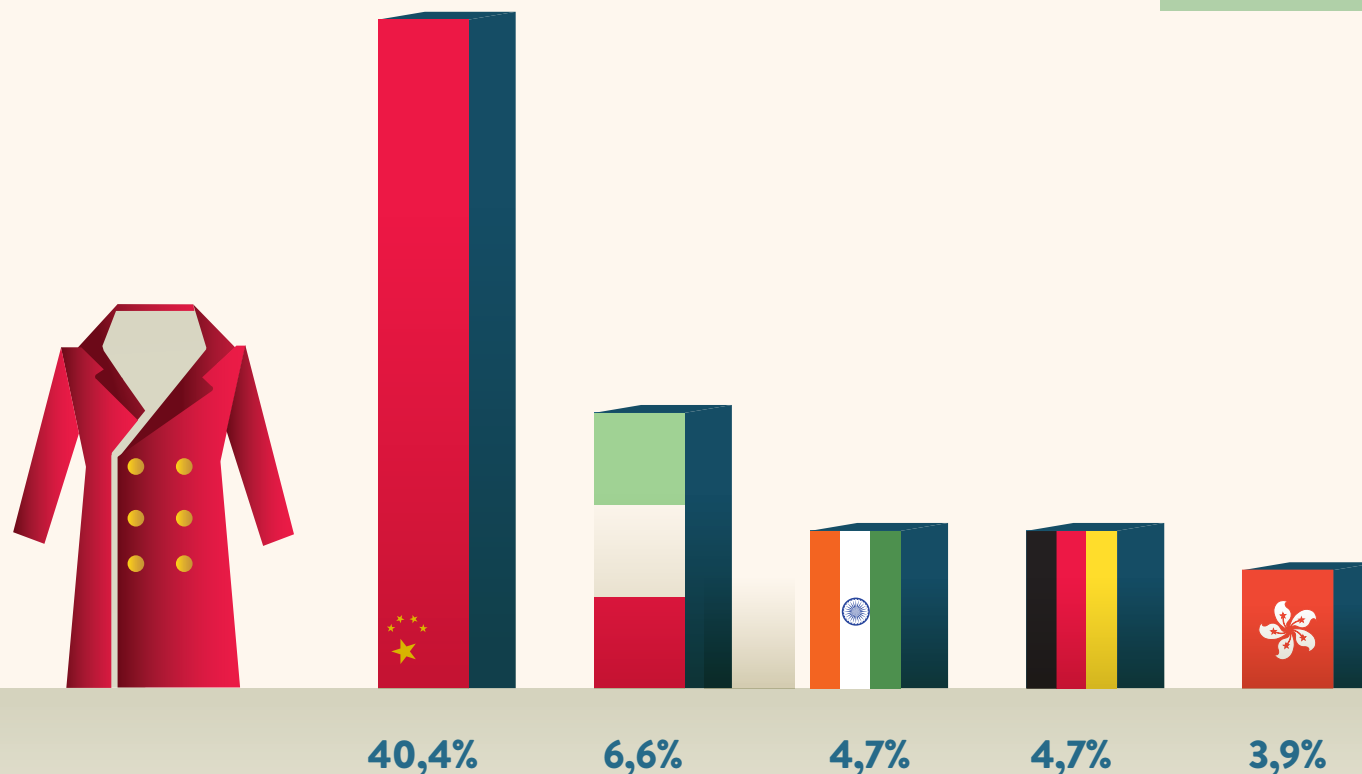
MACHINERIE: QUATRIEME DANS LE MONDE POUR LE SURPLUS COMMERCIAL

Avec 57,7 milliard de Dollars, l'industrie italienne de machines industrielles et professionnelles se confirme dans le groupe de tête de la liste internationale pour le solde de sa balance commerciale, précédée par les concurrents allemands (104,2 milliards), chinois (83,6 milliards) et japonais (70 milliards).

Parmi les produits les plus exportés se trouvent : les machines pour l'agriculture et le tabac, pour l'industrie alimentaire, pour le travail du bois, des métaux, des matières plastiques et minérales non métalliques (pierres d'ornement et céramiques, par exemple), machines pour l'emballage et manèges, tout particulièrement appréciés pour l'attention accordée à l'économie de consommation énergétique pour une même prestation.

09.

Machinerie non électronique : export net, milliards de dollars, 2016



MODE: DEUXIEME AU MONDE POUR LES PARTS DE MARCHÉ

Dans l'industrie de la mode l'Italie a réagi mieux que d'autres pays européens à la crise des dernières années, notamment grâce aux choix environnementaux de ses entreprises, renforçant ainsi sa position de leadership international. Nous sommes en effet le deuxième pays au monde pour la part de marché (6,6%), après la Chine (40,4%) et devant l'Inde (4,7%), l'Allemagne (4,7%), Hong Kong (3,9%). En outre, l'Italie, produit à ce jour plus d'1/3 de toute la valeur ajoutée du secteur de la mode dans l'Ue28, le triple de l'Allemagne, quatre fois celle de la France et de l'Espagne. Elle a également su maintenir, plus que d'autres leaders européens, la structure de la filière productive. Tissage et finissage par exemple, phases cruciales de la filière textile, pèsent encore pour plus de 1/3 de la valeur ajoutée de la mode italienne, contrairement à la France, cas extrême à l'opposé, où elles ont été réduites à 15%.

10.

Part de marché mondial du total de la mode, valeur %, 2016



Nous remercions : Unioncamere, Fondation Edison, Coldiretti, Enel, Legambiente, Aaster, Aicon, CNA, Ucimu, Federlegnoarredo, Federparchi, Farindustria, Fondation Fitzcarraldo.

La reproduction et/ou la diffusion partielle ou totale des données et informations contenues dans cette recherche n'est consentie qu'avec la citation complète de la source : Fondation Symbola, L'Italie en 10 selfies 2018.

Projet graphique: Marimo | brandlife designers

ISBN 978-88-99265-359