

I. T. A. L. I. A.

Geografie del nuovo made in Italy

Realizzata da:



Claudio Gagliardi, *Segretario Generale Unioncamere*

Treia, 5 luglio 2013

LO SCENARIO DELL'ECONOMIA ITALIANA

IL TESSUTO PRODUTTIVO È LOGORATO

-12.500 imprese nei primi 5 mesi del 2013

LA DOMANDA INTERNA CONTINUA A CALARE

-1,7% i consumi delle famiglie,
-3,5% gli investimenti nel 2013

CREDITO SEMPRE PIÙ DIFFICILE

diminuiti nel 2012 gli impieghi alle
famiglie (-0,9%) e alle imprese (-3,5%)

NON SI ARRESTA L'EMERGENZA OCCUPAZIONALE

250mila dipendenti in meno nel 2013:
il 60% nelle micro-imprese, il 30% nel
commercio e turismo, il 23% nell'edilizia

BUROCRAZIA PIÙ COSTOSA

L'anno scorso ogni impresa ha speso, in media,
quasi 200 euro in più rispetto al 2011.
Solo il 6,4% ha visto una diminuzione degli oneri

«...in Italia, più che in altri paesi, gli andamenti ciclici si sovrappongono a gravi debolezze strutturali. Lo mostra, già nei dieci anni antecedenti la crisi, l'evoluzione complessiva della nostra economia, peggiore di quella di quasi tutti i principali paesi sviluppati.»

maggio 2013

«Il modello di specializzazione dell'Italia è molto simile a quello di Paesi emergenti come la Cina, con la maggior parte del valore aggiunto in settori tradizionali a bassa tecnologia, principalmente a causa della limitata capacità innovativa delle imprese italiane»

aprile 2013

**SECONDO ALCUNE
INTERPRETAZIONI,
L'ITALIA È UN
PAESE IN
DECLINO,
DESTINATO A
PERDERE
POSIZIONI NELLA
COMPETIZIONE
INTERNAZIONALE
E A DIVENTARE
UNA NAZIONE
SATELLITE**

Il saldo commerciale dell'Italia è passato dai -25,5 miliardi del 2011 ai +11 del 2012

Da soli, i prodotti non energetici hanno messo a segno un avanzo di 74 miliardi nel 2012

EPPURE, C'È UN'ITALIA CHE «FA» L'ITALIA

L'export extra-Ue passa dal 39,1% del 2007 al 42,4% del 2009 al 46,3% del 2012. Nei primi 5 mesi del 2013, il surplus extra-Ue è stato di 5,5 miliardi, contro i -6,7 di gen-mag 2012

**L'Italia è la quinta potenza mondiale per valore dell'export.
Si confermano i primati della meccanica e dell'alimentare**

COME SCOPRIRE LE ECCELLENZE ITALIANE SULLE QUALI PUNTARE PER RILANCIARE LA CRESCITA E L'OCCUPAZIONE?

I.T.A.L.I.A.

usare nuove lenti e griglie di valutazione
per comprendere
la crescita e la competitività dell'Italia



INDUSTRIA

TURISM



AGROALIMENTARE



NOVAZIONE



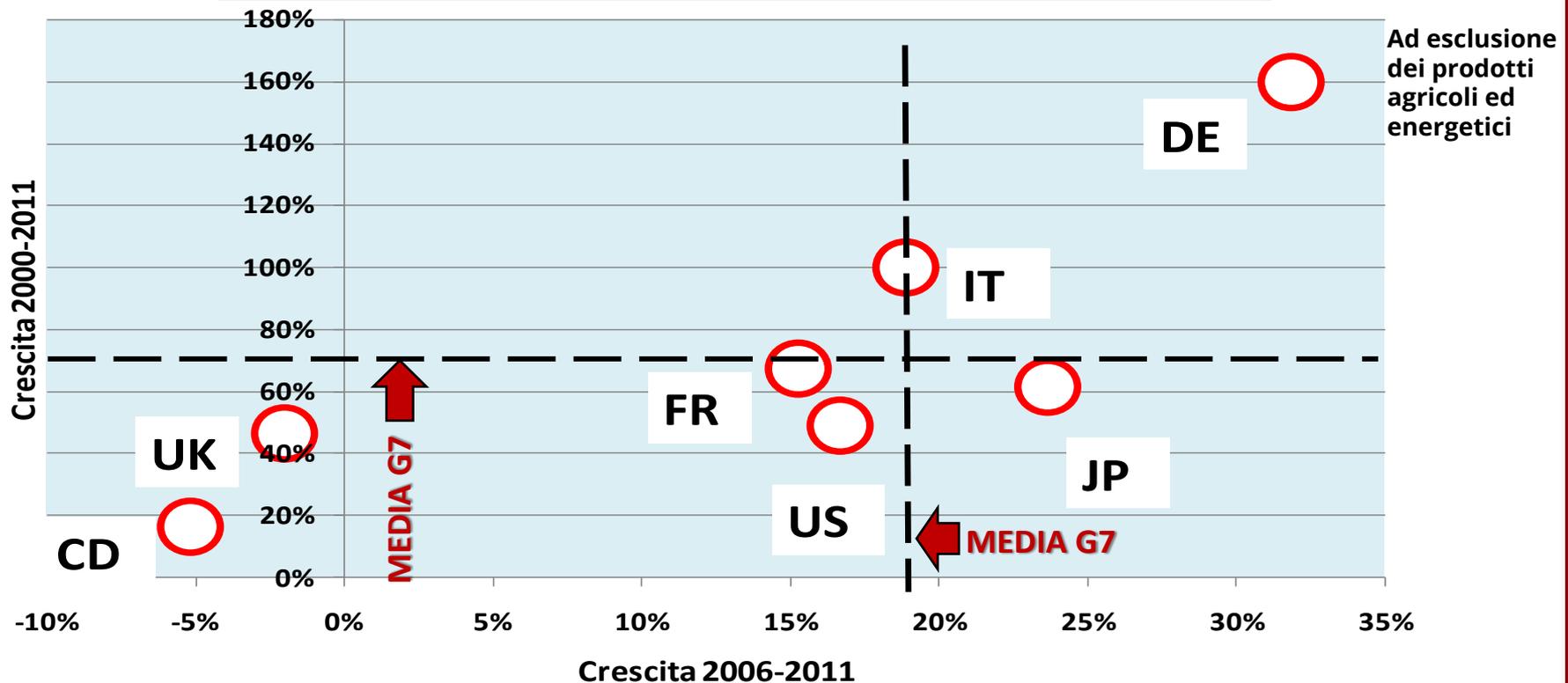
LOCAL SMO



ARTE E CULTURA

L'INDUSTRIA ITALIANA NON HA PERSO QUOTE DI MERCATO IN CONFRONTO AI PAESI AVANZATI

**CRESCITA DELL'EXPORT MANIFATTURIERO DEI PAESI DEL G7
(variaz. % dei valori in \$)**



Su 228 paesi verso i quali l'Italia ha esportato nel 2011, in 77 ha guadagnato quote di mercato

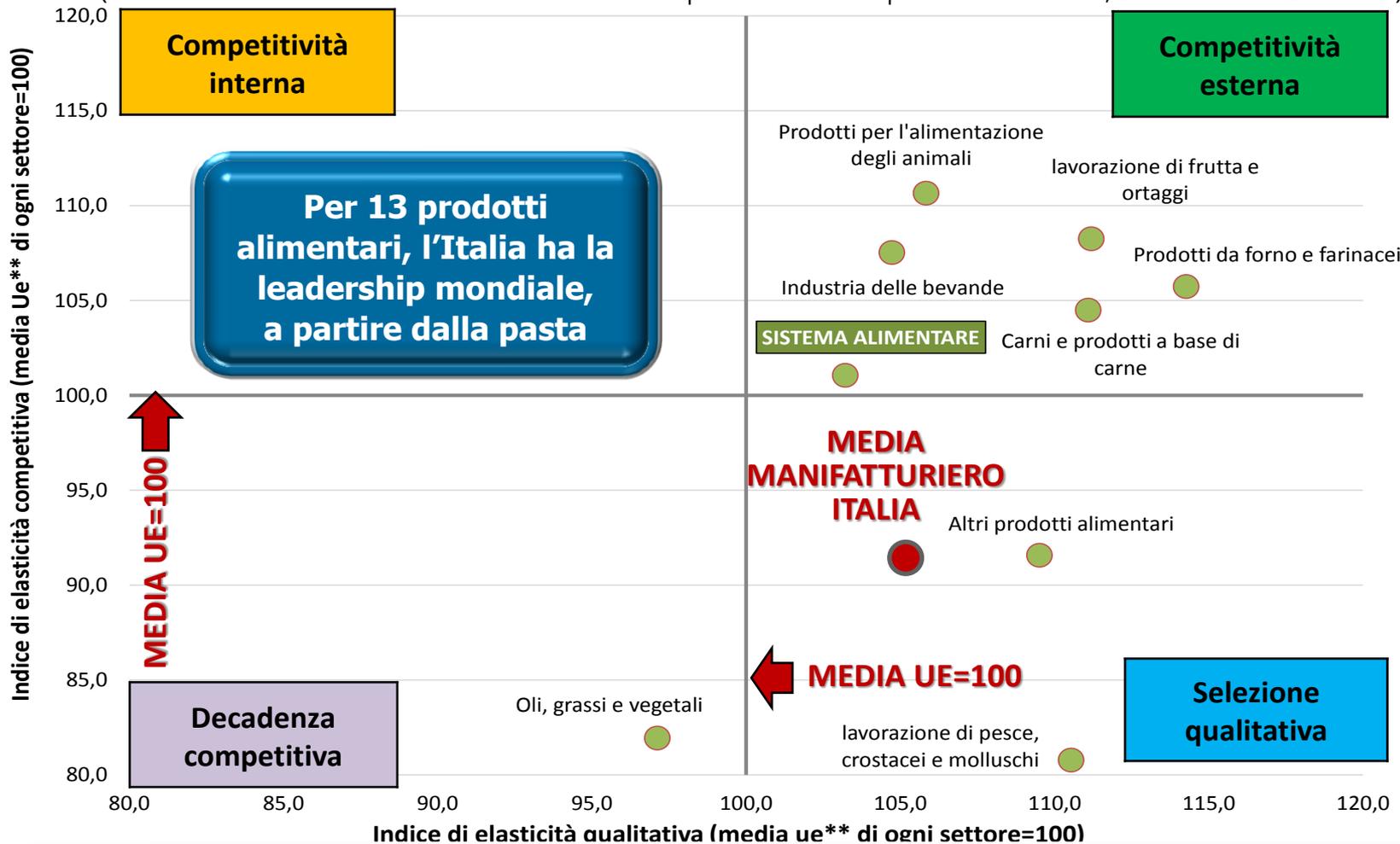
LE ECCELLENZE COMPETITIVE DELL'ITALIA NEL COMMERCIO INTERNAZIONALE

Posizione dell'Italia tra i Paesi esportatori	Numero di prodotti (in base alla classificazione HS1996)	Valore complessivo del saldo commerciale italiano nei prodotti indicati (miliardi di dollari)
Casi di prodotti in cui l'Italia è il 1° Paese mondiale per saldo commerciale <i>(calzature e borse, macchinari per imballaggio, piastrelle, occhiali da sole, pasta, barche da diporto,...)</i>	235	63
Casi di prodotti in cui l'Italia è il 2° Paese mondiale per saldo commerciale <i>(vini e spumanti, rubinetteria e valvolame, legno,...)</i>	390	74
Casi di prodotti in cui l'Italia è il 3° Paese mondiale per saldo commerciale <i>(parti autoveicoli e macchine, gioielli, frizioni,...)</i>	321	45
TOTALE CASI DI PRODOTTI IN CUI L'ITALIA FIGURA NEI PRIMI 3 POSTI AL MONDO TRA I PAESI ESPORTATORI PER SALDO COMMERCIALE	946	183

L'ITALIA È SECONDA NEL MONDO SOLO ALLA GERMANIA QUANTO A NUMERO COMPLESSIVO DI PRODOTTI «TOP 3» PER SALDO COMMERCIALE OGNI 100MILA ABITANTI

EVOLUZIONE QUALITATIVA E COMPETITIVITÀ DELLE PRODUZIONI AGROALIMENTARI ITALIANE

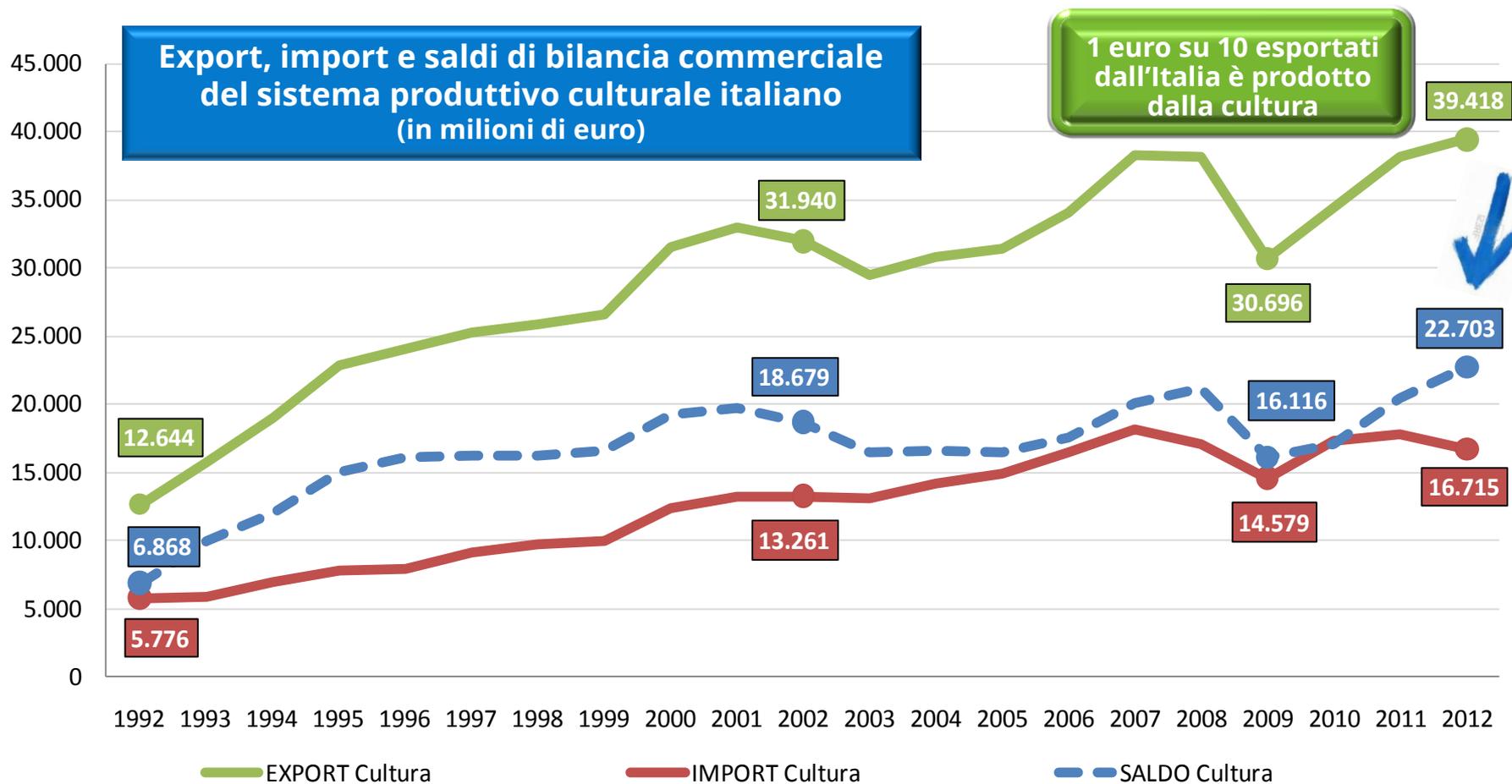
(NI dei Valori Medi Unitari Netti e dei contributi all'export dei settori rispetto alla media Ue; 2011 con base 2007=100)



Per 13 prodotti alimentari, l'Italia ha la leadership mondiale, a partire dalla pasta

L'ITALIA È PERÒ PENALIZZATA DALL'ASSENZA DI GRANDI CATENE DISTRIBUTIVE PROPRIE

IL SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE: IL MADE IN ITALY CHE PRODUCE ALL'INTERNO DEL TERRITORIO E MOLTIPLICA BENESSERE PER I TERRITORI



**Nel 2012, attivo record dal 1992 (22,7 miliardi): cresce l'export (+3,4%) e cala l'import (-5,7%)
IL SURPLUS DELLA CULTURA È IL 31% DEL SALDO COMMERCIALE EXTRA-ENERGETICO DELL'ITALIA**

MA L'EXPORT, DA SOLO, NON BASTA

CHI ESPORTA È UNA MINORANZA

Le imprese che operano all'estero sono pari al 4% del totale extra-agricolo e al 19% con riferimento al solo manifatturiero.

Quasi i 2/3 dell'export provengono da sole 4 regioni.

OCCORRE SOSTENERE LA DOMANDA INTERNA PER RILANCIARE LA CRESCITA

La domanda interna assorbe più del 60% delle vendite di beni industriali

OCCORRE SOSTENERE LE IMPRESE AD AFFRONTARE I NUOVI MERCATI ESTERI

IL POSIZIONAMENTO DELLE FILIERE DELLE «3 F» PUO' PRESENTARE DIFFICOLTÀ

PARTE DELL'EXPORT È DIRETTO IN PAESI CON DOMANDA «MATURA»

- **FOOD (agroindustria):** il vino va in USA, D e UK, ma dovrebbe sbarcare in Canada, Australia e Brasile; la pasta va in D, F e UK e meno in USA, Canada o Russia
- **FURNITURE (arredo):** le piastrelle partono per F, D e USA ma meno in Medio Oriente
- **FASHION (sistema moda):** spazi per le borse in Corea del Sud, Cina e Hong Kong e non solo nei mercati attuali di sbocco, come Svizzera, Francia e USA

FINORA, LE PICCOLE IMPRESE SONO RIUSCITE DA SOLE A RACCOGLIERE LA SFIDA DELL'EXPORT

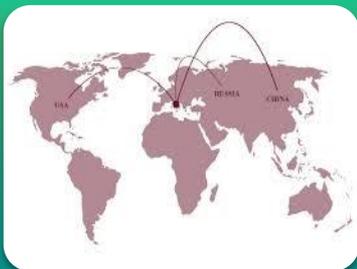


L'87% DELLE IMPRESE ESPORTATRICI HA MENO DI 50 ADDETTI

- Media UE: 76%; media dei 4 competitors (F, D, E, UK): 73%



IL 15% DELLE IMPRESE ESPORTATRICI E IL 38% DI QUELLE CHE NON ESPORTANO CONSIDERANO UN VINCOLO LA DIMENSIONE AZIENDALE RIDOTTA

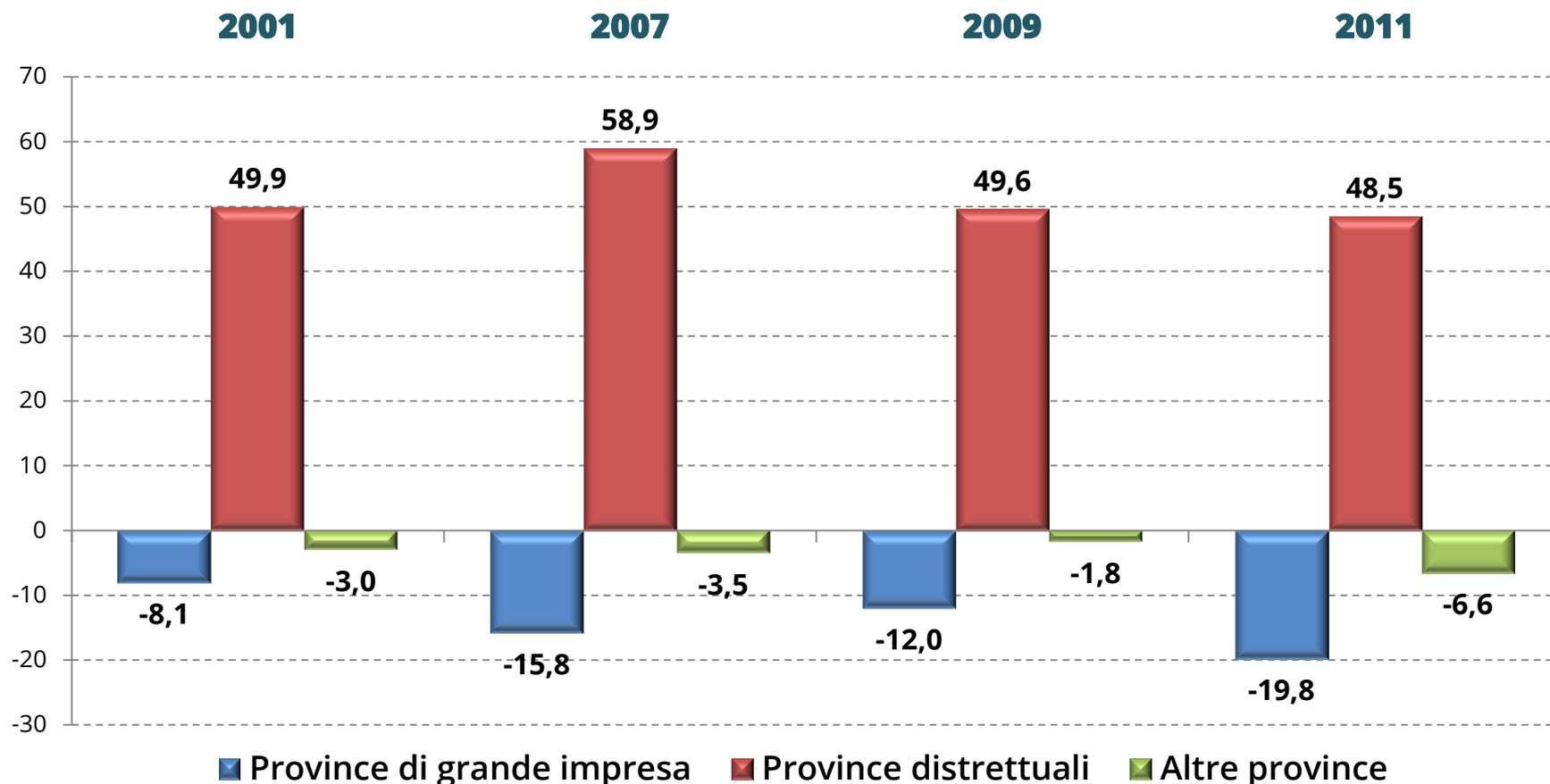


EPPURE, IL 53% DEL VALORE ESPORTATO DALL'ITALIA È APPANNAGGIO DELLE PMI

- Media UE: 40%; media dei 4 competitors (F, D, E, UK): 37%

E HANNO DIMOSTRATO CHE I PROBLEMI DI COMPETITIVITÀ NON SONO DOVUTI ALLA DIMENSIONE TROPPO PICCOLA PER COMPETERE

Saldo della bilancia commerciale di beni e servizi delle province italiane (in mld di euro)



Fonte: elaborazioni Mediobanca su dati Istat

TERRITORIO, TRADIZIONE E TECNOLOGIA: SOSTENERE I FATTORI DI SUCCESSO DELLE PMI ESPORTATRICI RICONOSCIUTI DAL MERCATO



Fonte: Centro Studi Unioncamere

COMPETITIVITÀ E INNOVAZIONE: COME LEGGERE L'ITALIA DI OGGI?

- 15° posto nell'*Innovation Union Scoreboard* della Commissione Ue: davanti a E ma dietro a F, D e UK
- Siamo nel gruppo degli «innovatori moderati» con Spagna, Portogallo, Grecia, Slovacchia e Rep. Ceca
R&S/PIL: 1,3% (vs. 2% media Ue e 3% Paesi leader)
- 5,8 miliardi spesi in R&S dal manifatturiero, contro i 36,4% della Germania e i 10,6 della Francia
Divario spesa in R&S tra Germania e Italia nell'automotive: 14:1
- Nella moda e nell'arredo, l'Italia ha speso 453 milioni di euro in R&S, più di D, F e UK insieme; 901 milioni nella meccanica, secondi solo alla D

IL MODELLO DI INNOVAZIONE SEGUITO OGGI DALLE PMI MANIFATTURIERE

Quota di PMI manifatturiere (20-499 dip.) che investono in marchi e brevetti

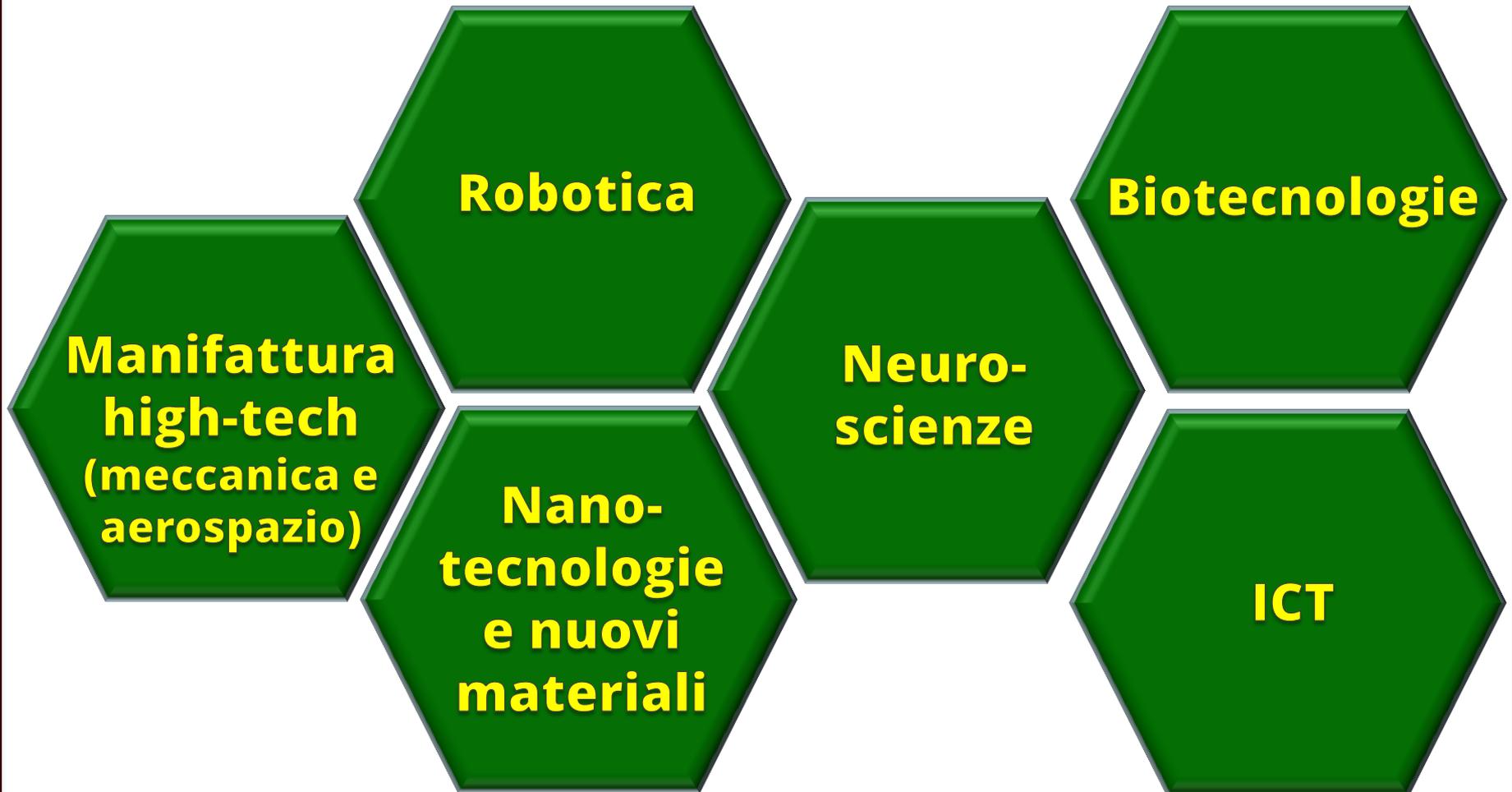


ma...

- ...il 18% ha sviluppato nell'ultimo anno partnership e attività di collaborazione «formale» con Università e centri di ricerca per iniziative di ricerca applicata
- ...il 12% ha rafforzato ulteriormente negli ultimi due anni i rapporti con Università e centri di ricerca
- ...il 19% ritiene prioritario il rafforzamento della collaborazione tra imprese (anche attraverso il Contratto di rete) e il 19% lo sviluppo di progetti di R&S verso nuove specializzazioni

IL NUOVO CHE AVANZA

Le eccellenze italiane lungo la frontiera dell'innovazione



LA SPINTA ALL'INNOVAZIONE E ALLA DIVERSIFICAZIONE NELLE IMPRESE SOCIALI

Movimenti occupazionali previsti nel 2012	Imprese sociali		Altre imprese
	Variazione		Variaz. %
	Val. ass.	%	
TOTALE	-2.650	-0,6	-1,1
INDUSTRIA	-290	-1,8	-1,5
SERVIZI	-2.360	-0,6	-0,8
Commercio e servizi di alloggio, di ristorazione e turistici	-330	-3,0	-1,1
Servizi di trasporto, logistica e magazzinaggio	-140	-2,5	-1,1
Servizi informatici e delle TLC; servizi avanzati alle imprese	80	1,1	-0,2
Servizi operativi di supporto alle imprese e alle persone	-640	-2,1	-1,2
Istruzione e servizi formativi privati	-610	-1,5	-1,2
Sanità, assistenza sociale e servizi sanitari privati	-880	-0,3	-0,4
Altri servizi alle persone	150	1,3	-0,8

Il modello dell'impresa sociale si diffonde nella sanità leggera,

nell'agricoltura sociale, nelle energie rinnovabili, nel turismo sociale...

MA...

**SOLO IL 12,2% HA SVILUPPATO
NUOVI PRODOTTI O SERVIZI
(15,3% la media)**

**SOLO IL 18,4% DI ASSUNZIONI
PER GIOVANI «UNDER 30»
(35,4% la media)**

Leggere il turismo attraverso nuove lenti **L'ATTRATTIVITÀ TURISTICA DELL'ITALIA ATTRAVERSO I PERNOTTAMENTI**

**I PRIMI 10 PAESI DELL'UE PREFERITI
DAI TURISTI EXTRA-EUROPEI**

**Paesi di
destinazione**

**migliaia
di notti
(anno 2011)**

ITALIA	51.342
Regno Unito	41.366
Spagna	36.348
Francia	27.583
Grecia	24.608
Germania	23.610
Austria	11.540
Rep. Ceca	7.409
Olanda	5.601
Svezia	5.537

**NEL 2011, L'ITALIA È STATO
IL PRIMO PAESE DI
DESTINAZIONE IN EUROPA
DEI TURISTI GIAPPONESI
(2,7 mln pernottamenti; +2,8%),
CINESI (2,1 mln +33,6%),
BRASILIANI (1,8 mln; +26,7%),
TURCHI (647mila; +17,2%)
E IL SECONDO PER
RUSSI E AMERICANI**

LE POTENZIALITÀ INESPRESSE DEL TURISMO ITALIANO

PREVISIONI WTTC: +2% ALL'ANNO FINO AL 2023

Incid. del turismo sul PIL: dal 10,3% di oggi all'11,3% nel 2023

Incidenza degli occupati: dall'11,7% al 13,3%

PERÒ

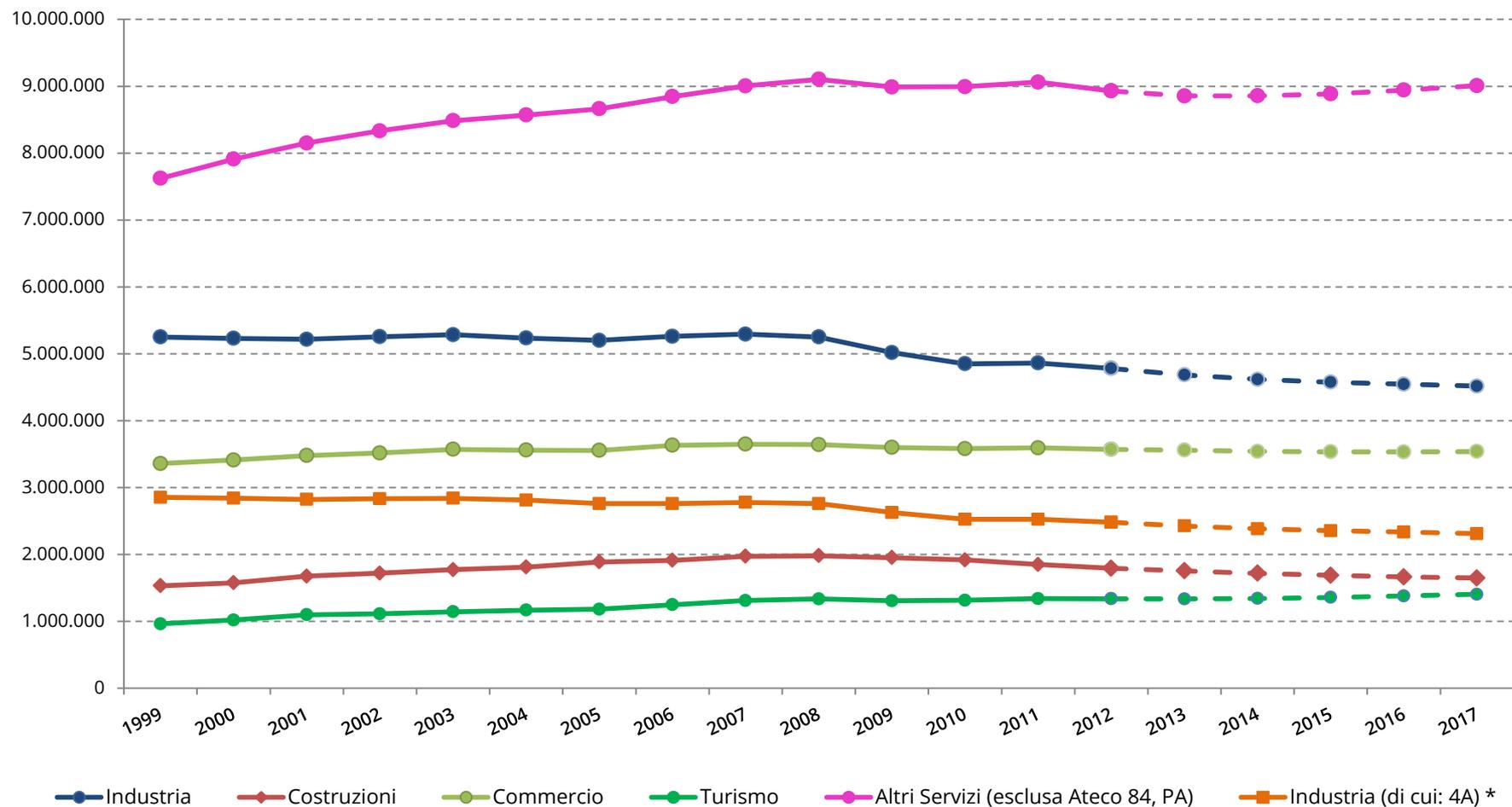
l'83% dei Tour Operator indica ancora l'Italia come la destinazione più richiesta (vs. Francia 59% e Spagna 53%), ma perdiamo posizioni in confronto alle altre destinazioni UE (dall'89% del 2011 al 79% del 2012) e USA (dal 95% al 90%)

E IN FASE DI ACQUISTO PERDIAMO PESO SUL TOTALE DEI VIAGGI VENDUTI DAI BUYER INTERNAZIONALI



LE PROSPETTIVE OCCUPAZIONALI AL 2017: DALLE POLITICHE SETTORIALI...

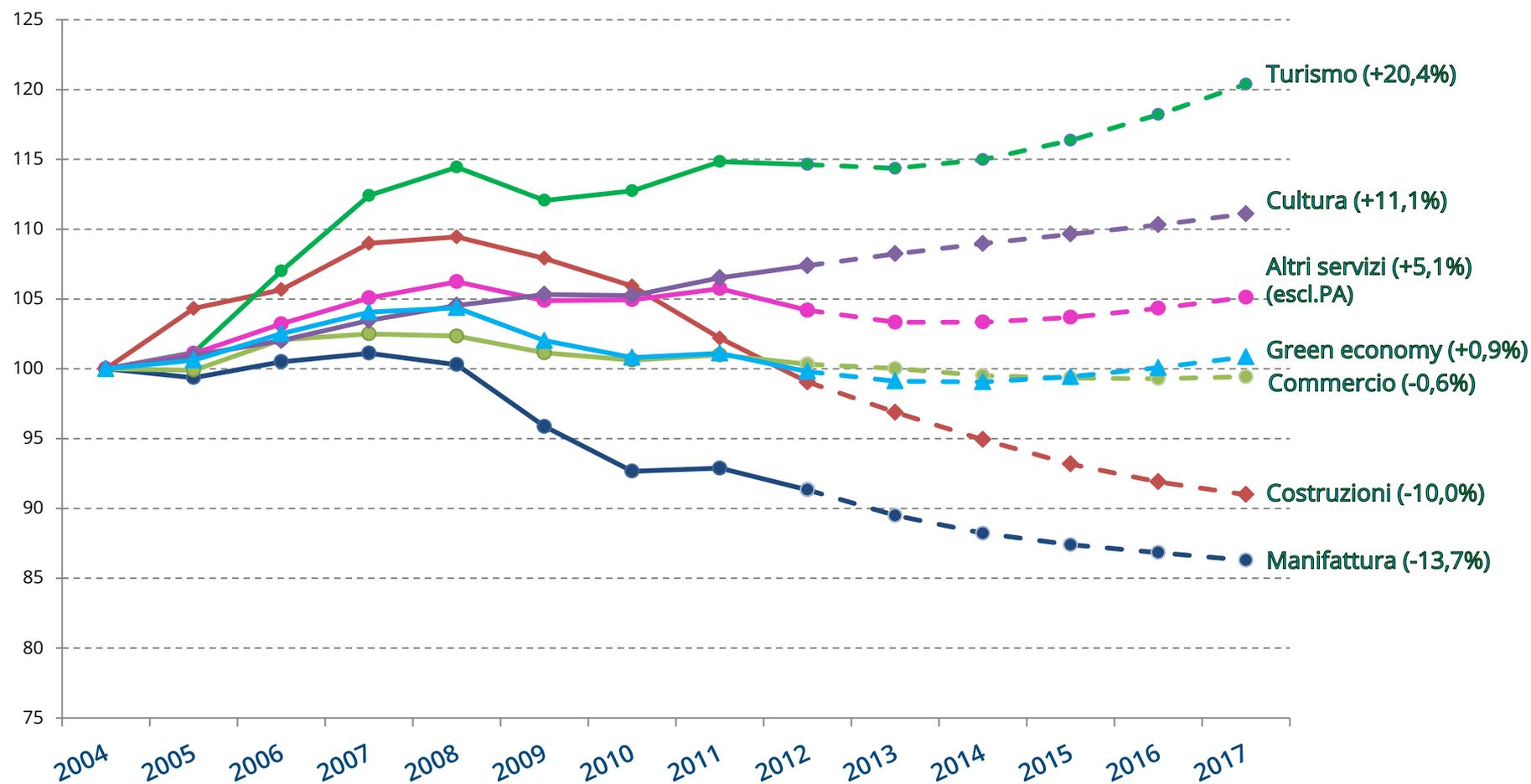
occupati totali



Fonte: Unioncamere-Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior

...ALLE POLITICHE PER LE RETI E LE FILIERE

Evoluzione occupati totali: n.i. 2004=100

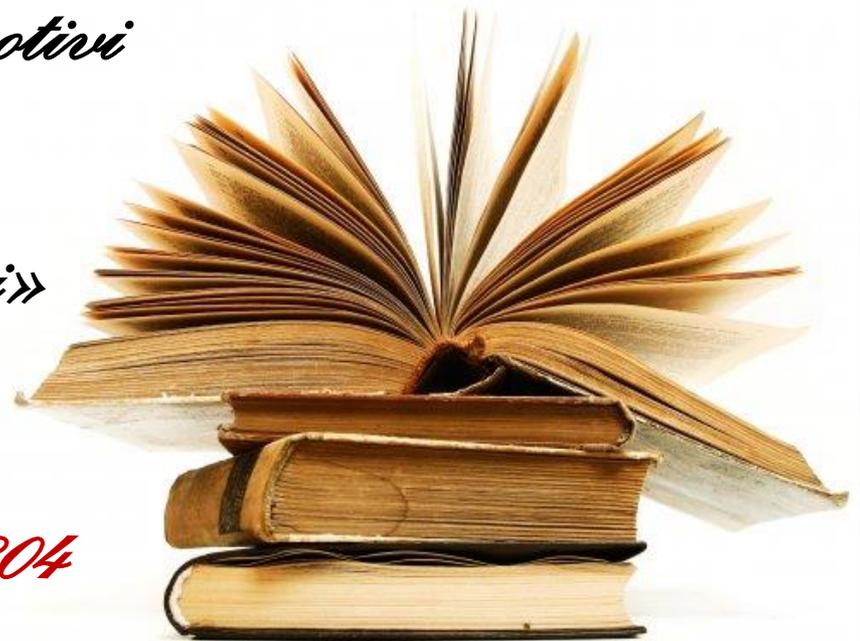


Fonte: Unioncamere-Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior

« Delle nostre cose o non ne abbiamo parlato,
o ne abbiám parlato con insensato dispreggio
e con più insensata lode.

Se incominceremo a parlar delle nostre cose
con ragione e dignità
forse troveremo mille volte motivi
di renderci migliori
e non mai di crederci pessimi»

Vincenzo Cuoco,
Il Giornale Italiano, 1804



Grande



CAMERE DI COMMERCIO D'ITALIA

www.unioncamere.gov.it