

ItaliavoroTV

Economia e Imprese

- [Economia](#)
- [Imprese](#)
- [Finanza](#)
- [Tributi](#)
- [Lavoro](#)
- [Lavoro](#)
- [Formazione e Università](#)
- [Sicurezza Sociale](#)
- [Patronati](#)
- [Italiani nel mondo](#)
- [Italiani all'estero](#)
- [Comites/Consiglio Generale](#)
- [Diritti dei cittadini](#)
- [Immigrazione](#)
- [Pianeta donna](#)
- [Cultura](#)
- [Ricerca Scientifica - Ambiente](#)

Sponsor



IMPRESE ITALIANE NEL MONDO - MADE IN ITALY - UNIONCAMERE - RAPPORTO I.T.A.L.I.A. 2013: 1000 PRODOTTI DA PODIO MONDIALE EXPORT. ATTIVO BILANCIA COMMERCIALE: 183 MLD DI DOLLARI"

(2013-07-05)

Mentre la lunga e forte crisi che stiamo attraversando si ripercuote con forza sulla nostra economia interna e impone di fare di più per ridare reddito alle famiglie che si sono impoverite e per restituire speranza e motivazione alle tante energie depresse del Paese, dal nostro export arrivano segnali incoraggianti. Che smentiscono la vulgata secondo la quale l'Italia sarebbe un paese senza futuro, che dietro l'angolo ci aspetti un ineluttabile declino, la perdita di posizioni nella competizione internazionale, il definitivo declassamento, dopo le glorie remote e recenti, a nazione satellite.

Anzi, se guardiamo al nostro Paese senza pregiudizio, ma con un po' di simpatia e di affetto, e con un pizzico di curiosità e attenzione in più, ci accorgeremo che l'Italia sa essere innovativa, versatile, creativa, reattiva, competitiva e vincente. Soprattutto sui mercati globali. Tanto da esprimere, nonostante la crisi, quasi mille prodotti con saldo commerciale attivo da record e da mettere a segno un attivo di 183 miliardi di dollari.

È questo il Paese che emerge dal rapporto I.T.A.L.I.A. - Geografie del nuovo made in Italy realizzato da Fondazione Symbola, Unioncamere e Fondazione Edison e presentato oggi a Trebia (Mc), in occasione dell'apertura dell'XI Seminario estivo di Symbola.

Un rapporto che, senza nascondere le difficoltà del nostro mercato interno, misura la competitività del sistema produttivo italiano non con parametri antichi e obsoleti, come la quota di mercato detenuta sull'export mondiale, ma con un nuovo indicatore capace di cogliere e leggere in modo assai più fedele e puntuale quanto si muove nella nostra economia. Se adottiamo come metro della competitività la bilancia commerciale dei singoli prodotti, emergono in tutta evidenza la creatività e la duttilità del made in Italy, la capacità del nostro sistema produttivo di reagire di fronte al mutare degli scenari internazionali e di fronte alla crisi. Insieme a Cina, Germania, Giappone e Corea, infatti, l'Italia è uno dei soli 5 Paesi del G-20 ad avere un surplus strutturale con l'estero nei prodotti manufatti non alimentari.

In altri termini, escludendo l'energia e le materie prime agricole e minerarie, l'Italia è uno dei paesi più competitivi a livello mondiale. Vantiamo quasi 1000 prodotti in cui siamo tra i primi tre posti al mondo per saldo commerciale attivo con l'estero. Vuol dire che se pensiamo al mercato globale come a un'olimpiade, ai prodotti come discipline sportive in cui vince chi ha un export di gran lunga superiore all'import, l'Italia arriva a medaglia quasi mille volte. Fanno meglio di noi solo Cina, Germania e Stati Uniti. Il risultato di questo ricco medagliere è, come anticipato, un saldo positivo di 183 miliardi di dollari al 2011. Una tendenza che si conferma anche nel 2012, quando siamo stati il secondo paese europeo, dopo la Germania, per attivo manifatturiero con i Paesi extra-UE.

"Di fronte a una crisi durissima e a un mondo che cambia - commenta Ermete Realacci, Presidente della Fondazione Symbola -, c'è un'Italia che nonostante le sirene del declino si ostina a fare l'Italia e per questo trova il suo spazio nel mondo. C'è un'Italia che sa innovare senza perdere la propria anima, che ha capito che nel mondo del XXI secolo, se uno spazio c'è per il nostro Paese è quello della qualità. È l'Italia che scommette sulla qualità, sulle competenze radicate nei territori e mantenute salde con la coesione sociale e la cura del capitale umano. Che presidia la nuova frontiera della qualità ambientale. Che sa dare valore alla propria bellezza, intercettando la grande, e crescente, domanda di Italia che viene da ogni angolo del pianeta. Raccontare questa Italia è l'ambizione di questo rapporto".

"Il Rapporto I.T.A.L.I.A. coglie gli aspetti vincenti del modello di sviluppo italiano, fatto di imprenditorialità diffusa, distretti, filiere, reti, territorio" sostiene Ferruccio Dardanello, presidente di Unioncamere. "È una caratteristica originale, che rende altamente competitivo il nostro Paese. L'Italia è uno dei soli cinque Paesi (con Cina, Germania, Giappone e Corea) ad avere un surplus strutturale con l'estero nei prodotti manufatti non alimentari. In questa nostra peculiarità, allora, occorre continuare a credere e investire. Partendo dai giovani, che nascono già "dentro" un modello di sviluppo sostenibile, che consuma di meno, valorizza il territorio e utilizza tecnologie verdi. Sono proprio loro il primo, straordinario veicolo di innovazione delle imprese e della società su cui il Paese può fare affidamento".

Le eccellenze competitive italiane nel commercio con l'estero. Con un totale di 946 prodotti classificatisi primi, secondi o terzi nel saldo commerciale mondiale, l'Italia è seconda solo alla Germania nella teorica classifica della competitività delineata dal nuovo indicatore e precede economie generalmente considerate più forti, come la Corea del Sud e la Francia.

Più nel dettaglio, il nostro Paese vanta 235 prodotti medaglia d'oro a livello mondiale per saldo commerciale. Nell'insieme queste 235 eccellenze fanno guadagnare all'Italia 63 miliardi di dollari. I nostri prodotti che si classificano al secondo posto nel mondo per saldo commerciale sono invece 390 e fruttano 74 miliardi di dollari. Le

Ultimi video

2012-10-18
[IMPRESE ITALIANE NEL MONDO - INTERNAZIONALIZZAZIONE - A COLLOQUIO PROF. GAETANO ESPOSITO, SEGRET. GEN. ASSOCAMFERESTRO: "PROMOZIONE "FILIERE GLOBALI" E INTERCONNESSIONE CON AGENZIA INTERNAZIONALIZZAZIONE NELL'IMMEDIATO FUTURO DELLE CCIE"](#)

2012-05-02
[IMPRESE ITALIANE NEL MONDO E TRASFERIMENTO TECNOLOGICO - "VEGAINCURE" A BATTESIMO - A COLLOQUIO CON DIRET. GEN. PARCO VEGA M. VIANELLO: "ICT E GREEN SFIDA PRESENTE. GUARDANDO ALLE CITTÀ "INTELLIGENTI"](#)

2012-04-18
[IMPRESE ITALIANE NEL MONDO E TRASFERIMENTO TECNOLOGICO - A COLLOQUIO CON IL PRESIDENTE DI VENEZIA INNOVAZIONE RAFFAELE ZANON: "PER LE PICCOLISSIME E PICCOLE IMPRESE ESSENZIALE INNOVARE LA CULTURA D'IMPRESA"](#)

2009-10-08
[IMPRESE ITALIANE NEL MONDO - 100 ANNI CCI IN SVIZZERA - FRIEDI E \(PRES\): "BILANCIO PIU' CHE POSITIVO". IOTTI \(SEGRET. GEN\): "SEGUIAMO EVOLUZIONE MERCATI. FORTE IMPEGNO SENSIBILIZZAZIONE ITALIANITA"](#)

2009-03-05
[IMPRESE ITALIANE NEL MONDO - ITALIAN NETWORK A COLLOQUIO CON PRES. FINEST DEGRASSI SU EFFETTI DELLA CRISI E LE OPPORTUNITA' DI INTERNAZIONALIZZAZIONE NEL NORD EST](#)

2008-10-06
[IMPRESE ITALIANE NEL MONDO - COSTRUZIONI ITALIANE ALL'ESTERO: SINERGIA FRA ISTITUZIONI E AZIENDE PER "FARE SISTEMA"](#)

[Archivio](#)

Altri prodotti editoriali

Contatti



medaglie di bronzo dell'export italiano sono invece 321 prodotti che valgono un saldo commerciale complessivo di 45 miliardi. E poi ci sono altri 492 prodotti in cui l'Italia si è classificata quarta o quinta per saldo commerciale mondiale e che hanno aggiunto alla nostra bilancia commerciale altri 38,4 miliardi di dollari.

Industria, i settori competitivi e la forza dei distretti. Oltre ai numeri, sono significativi anche i settori che generano questo surplus. La maggior parte delle nostre eccellenze manifatturiere non proviene solo da settori tradizionali, quali potrebbero essere il tessile o le calzature, ma arrivano dalla meccanica e dai mezzi di trasporto, dalle tecnologie del caldo e del freddo, dalle macchine per lavorare legno e pietre ornamentali, dai fili isolati di rame e dagli strumenti per la navigazione aerea e spaziale. Ai quali si affianca il presidio di quei settori in cui il made in Italy è forte per tradizione, come il design o il lusso. Nell'insieme, insomma, si tratta di oggetti che disegnano la geografia di un nuovo made in Italy e che dimostrano quanto le nostre imprese siano state in grado di risintonizzarsi con successo sulle nuove frequenze del mercato globale senza perdere la capacità di creare bellezza.

Andando ad analizzare i nostri 235 prodotti medaglia d'oro, emerge infatti che 31,6 dei 63 miliardi di surplus generati dalle nostre eccellenze provengono da beni del settore dell'automazione meccanica, della gomma e della plastica; altri 18,1 miliardi si devono ai beni dell'abbigliamento e della moda, 6,4 miliardi da beni alimentari e vini; 2,9 dai beni per la persona e la casa; mentre 4,3 miliardi da altri prodotti, tra cui quelli dell'industria della carta, del vetro e della chimica. Nella top ten dei nostri prodotti medaglia d'oro troviamo nell'ordine: le calzature con suola in cuoio naturale (2,7 miliardi), macchine e apparecchi per imballaggio (2,5 miliardi), piastrelle di ceramica verniciate o smaltate (2,5 miliardi), borse in pelle e cuoio (2,1 mld) occhiali da sole (1,9 mld), pasta (1,8 mld), cuoio a pieno fiore conciato (1,8 mld), barche e yacht da diporto (1,6 mld), conduttori elettrici (1,4 mld) e parti di macchine per impacchettare e altre macchine e apparecchi (1,4 mld). Ma non mancano anche primati più sfiziosi e curiosi, come quelli nel saldo commerciale delle gioiastre o dei bottoni.

Tra i prodotti secondi posti per saldo commerciale hanno particolare rilevanza i vini e gli spumanti, che portano al Paese un bottino di 4,7 miliardi di euro, rubinetti e valvole (compresi quelli senza tracce di piombo), i mobili in legno, le parti di turbine a gas, i trattori agricoli, macchine per riempire e imbottigliare ed etichettare, navi da crociera, lavori in alluminio, caffè torrefatto, lampadari, mobili in legno per cucine, pomodori lavorati, lastre e fogli in polimeri di etilene, granito lucidato e lavorato. Per quanto riguarda i nostri prodotti medaglia di bronzo per saldo commerciale mondiale vanno citati le parti e gli accessori per trattori e autoveicoli, gli oggetti da gioielleria, ingranaggi e ruote di frizione per macchine, i prodotti di materie plastiche, divani e poltrone, parti di macchine e apparecchi meccanici, ponti con differenziali per autoveicoli, costruzioni in ghisa, ferro e acciaio, mobili in metallo e maglioni.

Da notare, inoltre, che la maggior parte dei prodotti italiani che competono nel mondo nasce da produzioni altamente specializzate e concentrate in distretti industriali, è ad esempio il caso delle calzature, delle pelli, delle piastrelle, o ancora delle gioiastre e delle imprese della packaging valley bolognese-emiliana.

Turismo. Una menzione a sé merita anche il turismo: non avremo mai un ritratto fedele delle performance del settore fino a quando verrà usato come indicatore il numero di arrivi. Al contrario, guardando ai pernottamenti, a fronte della sofferenza del mercato domestico, si evidenzia il primato italiano in Europa per pernottamenti di turisti extra UE. Come dire che nel Vecchio Continente siamo la meta preferita di americani, giapponesi, cinesi, australiani, canadesi, brasiliani, sudcoreani, turchi, ucraini e sudafricani. E nel 2011, con 387 milioni di notti all'attivo, l'Italia si è classificata terza in Europa per numero complessivo di pernottamenti di turisti stranieri e residenti, preceduta solo da Francia (a quota 400) e Spagna.

Agroalimentare, un settore vocato alla qualità. Il nostro agroalimentare è un comparto in cui la vocazione alla qualità è evidentissima. Non a caso il nostro paese ha una capacità di creare valore aggiunto pari a quasi duemila euro per ettaro: il doppio di quando mediamente registrato in Francia, Germania e Spagna, addirittura il triplo se confrontato con la Gran Bretagna. Non a caso con 252 prodotti registrati tra Dop, Igp e Stg, 521 tra vini a denominazione di origine controllata e garantita o a indicazione geografica tipica e 4.671 specialità tradizionali regionali, vantiamo il primato prodotti registrati e siamo il primo paese dell'UE per numero di operatori biologici (oltre 48 mila). Quanto alle esportazioni siamo undicesimi al mondo per valore esportato, ma in 13 produzioni delle 70 monitorate abbiamo la leadership globale. Dal solo dall'export della pasta, nel 2011, abbiamo ricavato 1,3 miliardi di euro.

Localismo e sussidiarietà: 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, che contribuisce direttamente al 4,3% del nostro Pil, equivalente a 67 miliardi di euro. Una ricchezza che andrebbe affiancata anche con il risparmio e il benessere sociale derivante dalle ore di lavoro messe gratuitamente a disposizione da oltre 4 milioni di volontari.

Innovazione e ambiente. Il 23,6% delle imprese italiane negli ultimi tre anni hanno scommesso sulla qualità ambientale e sulla green economy. Perché investire in tecnologie e prodotti "verdi" non vuol dire "solo" diventare più sostenibili, contribuire a costruire un futuro migliore per il pianeta, per noi e i nostri figli. Significa anche fare innovazione: il 37,9% delle aziende che fa investimenti green introduce innovazioni di prodotto o di servizio, contro il 18,3% delle imprese che non investono nell'ambiente. E significa export: il 37,4% delle imprese green vanta presenze sui mercati esteri, contro il 22,2%

delle altre.

Arte e cultura, un settore strategico e trainante. Mentre il Paese, nel 2012, perde lo 0,3% delle imprese, quelle del sistema produttivo culturale (tra industrie culturali propriamente dette, industrie creative - attività produttive ad alto valore creativo ma ulteriori rispetto alla creazione culturale in quanto tale - patrimonio storico artistico, performing arts e arti visive) crescono del 3,3%, arrivando ad essere quasi 460 mila, il 7,5% del totale delle attività economiche nazionali. Danno lavoro a quasi 1,4 milioni di persone, il 5,7% del totale degli occupati. Creano, direttamente, 75,5 miliardi di euro di valore aggiunto. E ne attivano nel resto dell'economia altri 133. In tutto fa 214,2 miliardi: il 15,3% circa del totale. (05/07/2013-ITL/ITNET)

© copyright 1996-2007 Italian Network

Edizioni Gesim SRL - Registrazione Tribunale di Roma n.87/96 - ItaliaLavoroTV iscrizione Tribunale di Roma n.147/07

Disclaimer | Credits

Symbola, 1.000 prodotti made in Italy ai primi posti del mondo



Realacci: C'è un'Italia che nonostante le sirene del declino si ostina a fare l'Italia

Treia - Mentre la lunga e forte crisi che stiamo attraversando si ripercuote con forza sulla nostra economia interna e impone di fare di più per ridare reddito alle famiglie che si sono impoverite e per restituire speranza e motivazione alle tante energie depresse del Paese, dal nostro export arrivano segnali incoraggianti.

Che smentiscono la vulgata secondo la quale l'Italia sarebbe un paese senza futuro, che dietro l'angolo ci aspetti un ineluttabile declino, la perdita di posizioni nella competizione internazionale, il definitivo declassamento, dopo le glorie remote e recenti, a nazione satellite. Anzi, se guardiamo al nostro Paese senza pregiudizio, ma con un po' di simpatia e di affetto, e con un pizzico di curiosità e attenzione in più, ci accorgeremo che l'Italia sa essere innovativa, versatile, creativa, reattiva, competitiva e vincente. Soprattutto sui mercati globali. Tanto da esprimere, nonostante la crisi, quasi mille prodotti con saldo commerciale attivo da record e da mettere a segno un attivo di 183 miliardi di dollari.

È questo il Paese che emerge dal rapporto I.T.A.L.I.A. - Geografie del nuovo made in Italy realizzato da Fondazione Symbola, Unioncamere e Fondazione Edison e presentato oggi a Treia (Mc), in occasione dell'apertura dell'XI Seminario estivo di Symbola.

Un rapporto che, senza nascondere le difficoltà del nostro mercato interno, misura la competitività del sistema produttivo italiano non con parametri antichi e obsoleti, come la quota di mercato detenuta sull'export mondiale, ma con un nuovo indicatore capace di cogliere e leggere in modo assai più fedele e puntuale quanto si muove nella nostra economia. Se adottiamo come metro della competitività la bilancia commerciale dei singoli prodotti, emergono in tutta evidenza la creatività e la duttilità del made in Italy, la capacità del nostro sistema produttivo di reagire di fronte al mutare degli scenari internazionali e di fronte alla crisi. Insieme a Cina, Germania, Giappone e Corea, infatti, l'Italia è uno dei soli 5 Paesi del G-20 ad avere un surplus strutturale con l'estero nei prodotti manufatti non alimentari. In altri termini, escludendo l'energia e le materie prime

agricole e minerarie, l'Italia è uno dei paesi più competitivi a livello mondiale. Vantiamo quasi 1000 prodotti in cui siamo tra i primi tre posti al mondo per saldo commerciale attivo con l'estero. Vuol dire che se pensiamo al mercato globale come a un'olimpiade, ai prodotti come discipline sportive in cui vince chi ha un export di gran lunga superiore all'import, l'Italia arriva a medaglia quasi mille volte. Fanno meglio di noi solo Cina, Germania e Stati Uniti. Il risultato di questo ricco medagliere è, come anticipato, un saldo positivo di 183 miliardi di dollari al 2011. Una tendenza che si conferma anche nel 2012, quando siamo stati il secondo paese europeo, dopo la Germania, per attivo manifatturiero con i Paesi extra-UE.

"Di fronte a una crisi durissima e a un mondo che cambia - commenta Ermete Realacci, Presidente della Fondazione Symbola -, c'è un'Italia che nonostante le sirene del declino si ostina a fare l'Italia e per questo trova il suo spazio nel mondo. C'è un'Italia che sa innovare senza perdere la propria anima, che ha capito che nel mondo del XXI secolo, se uno spazio c'è per il nostro Paese è quello della qualità. E' l'Italia che scommette sulla qualità, sulle competenze radicate nei territori e mantenute salde con la coesione sociale e la cura del capitale umano. Che presidia la nuova frontiera della qualità ambientale. Che sa dare valore alla propria bellezza, intercettando la grande, e crescente, domanda di Italia che viene da ogni angolo del pianeta. Raccontare questa Italia è l'ambizione di questo rapporto".

"Il Rapporto I.T.A.L.I.A. coglie gli aspetti vincenti del modello di sviluppo italiano, fatto di imprenditorialità diffusa, distretti, filiere, reti, territorio" sostiene Ferruccio Dardanello, presidente di Unioncamere. "E' una caratteristica originale, che rende altamente competitivo il nostro Paese. L'Italia è uno dei soli cinque Paesi (con Cina, Germania, Giappone e Corea) ad avere un surplus strutturale con l'estero nei prodotti manufatti non alimentari. In questa nostra peculiarità, allora, occorre continuare a credere e investire. Partendo dai giovani, che nascono già "dentro" un modello di sviluppo sostenibile, che consuma di meno, valorizza il territorio e utilizza tecnologie verdi. Sono proprio loro il primo, straordinario veicolo di innovazione delle imprese e della società su cui il Paese può fare affidamento".

Le eccellenze competitive italiane nel commercio con l'estero. Con un totale di 946 prodotti classificatisi primi, secondi o terzi nel saldo commerciale mondiale, l'Italia è seconda solo alla Germania nella teorica classifica della competitività delineata dal nuovo indicatore e precede economie generalmente considerate più forti, come la Corea del Sud e la Francia.

Più nel dettaglio, il nostro Paese vanta 235 prodotti medaglia d'oro a livello mondiale per saldo commerciale. Nell'insieme queste 235 eccellenze fanno guadagnare all'Italia 63 miliardi di dollari. I nostri prodotti che si classificano al secondo posto nel mondo per saldo commerciale sono invece 390 e fruttano 74 miliardi di dollari. Le medaglie di bronzo dell'export italiano sono invece 321 prodotti che valgono un saldo commerciale complessivo di 45 miliardi. E poi ci sono altri 492 prodotti in cui l'Italia si è classificata quarta o quinta per saldo commerciale mondiale e che hanno aggiunto alla nostra bilancia commerciale altri 38,4 miliardi di dollari.

Industria, i settori competitivi e la forza dei distretti. Oltre ai numeri,

sono significativi anche i settori che generano questo surplus. La maggior parte delle nostre eccellenze manifatturiere non proviene solo da settori tradizionali, quali potrebbero essere il tessile o le calzature, ma arrivano dalla meccanica e dai mezzi di trasporto, dalle tecnologie del caldo e del freddo, dalle macchine per lavorare legno e pietre ornamentali, dai fili isolati di rame e dagli strumenti per la navigazione aerea e spaziale. Ai quali si affianca il presidio di quei settori in cui il made in Italy è forte per tradizione, come il design o il lusso. Nell'insieme, insomma, si tratta di oggetti che disegnano la geografia di un nuovo made in Italy e che dimostrano quanto le nostre imprese siano state in grado di risintonizzarsi con successo sulle nuove frequenze del mercato globale senza perdere la capacità di creare bellezza.

Andando ad analizzare i nostri 235 prodotti medaglia d'oro, emerge infatti che 31,6 dei 63 miliardi di surplus generati dalle nostre eccellenze provengono da beni del settore dell'automazione meccanica, della gomma e della plastica; altri 18,1 miliardi si devono ai beni dell'abbigliamento e della moda, 6,4 miliardi da beni alimentari e vini; 2,9 dai beni per la persona e la casa; mentre 4,3 miliardi da altri prodotti, tra cui quelli dell'industria della carta, del vetro e della chimica. Nella top ten dei nostri prodotti medaglia d'oro troviamo nell'ordine: le calzature con suola in cuoio naturale (2,7 miliardi), macchine e apparecchi per imballaggio (2,5 miliardi), piastrelle di ceramica verniciate o smaltate (2,5 miliardi), borse in pelle e cuoio (2,1 mld) occhiali da sole (1,9 mld), pasta (1,8 mld), cuoio a pieno fiore conciato (1,8 mld), barche e yacht da diporto (1,6 mld), conduttori elettrici (1,4 mld) e parti di macchine per impacchettare e altre macchine e apparecchi (1,4 mld). Ma non mancano anche primati più sfiziosi e curiosi, come quelli nel saldo commerciale delle giostre o dei bottoni.

Tra i prodotti secondi posti per saldo commerciale hanno particolare rilevanza i vini e gli spumanti, che portano al Paese un bottino di 4,7 miliardi di euro, rubinetti e valvole (compresi quelli senza tracce di piombo), i mobili in legno, le parti di turbine a gas, i trattori agricoli, macchine per riempire e imbottigliare ed etichettare, navi da crociera, lavori in alluminio, caffè torrefatto, lampadari, mobili in legno per cucine, pomodori lavorati, lastre e fogli in polimeri di etilene, granito lucidato e lavorato. Per quanto riguarda i nostri prodotti medaglia di bronzo per saldo commerciale mondiale vanno citati le parti e gli accessori per trattori e autoveicoli, gli oggetti da gioielleria, ingranaggi e ruote di frizione per macchine, i prodotti di materie plastiche, divani e poltrone, parti di macchine e apparecchi meccanici, ponti con differenziali per autoveicoli, costruzioni in ghisa, ferro e acciaio, mobili in metallo e maglioni.

Da notare, inoltre, che la maggior parte dei prodotti italiani che competono nel mondo nasce da produzioni altamente specializzate e concentrate in distretti industriali, è ad esempio il caso delle calzature, delle pelli, delle piastrelle, o ancora delle giostre e delle imprese della packaging valley bolognese-emiliana.

Turismo. Una menzione a sé merita anche il turismo: non avremo mai un ritratto fedele delle performance del settore fino a quando verrà usato come indicatore il numero di arrivi. Al contrario, guardando ai pernottamenti, a fronte della sofferenza del mercato domestico, si evidenzia il primato italiano in Europa per pernottamenti di turisti extra UE. Come dire che nel Vecchio Continente siamo la meta preferita di americani, giapponesi, cinesi, australiani, canadesi, brasiliani, sudcoreani, turchi, ucraini e

sudafricani. E nel 2011, con 387 milioni di notti all'attivo, l'Italia si è classificata terza in Europa per numero complessivo di pernottamenti di turisti stranieri e residenti, preceduta solo da Francia (a quota 400) e Spagna.

Agroalimentare, un settore vocato alla qualità. Il nostro agroalimentare è un comparto in cui la vocazione alla qualità è evidentissima. Non a caso il nostro paese ha una capacità di creare valore aggiunto pari a quasi duemila euro per ettaro: il doppio di quando mediamente registrato in Francia, Germania e Spagna, addirittura il triplo se confrontato con la Gran Bretagna. Non a caso con 252 prodotti registrati tra Dop, Igp e Stg, 521 tra vini a denominazione di origine controllata e garantita o a indicazione geografica tipica e 4.671 specialità tradizionali regionali, vantiamo il primato prodotti registrati e siamo il primo paese dell'UE per numero di operatori biologici (oltre 48 mila). Quanto alle esportazioni siamo undicesimi al mondo per valore esportato, ma in 13 produzioni delle 70 monitorate abbiamo la leadership globale. Dal solo dall'export della pasta, nel 2011, abbiamo ricavato 1,3 miliardi di euro.

Localismo e sussidiarietà: 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, che contribuisce direttamente al 4,3% del nostro Pil, equivalente a 67 miliardi di euro. Una ricchezza che andrebbe affiancata anche con il risparmio e il benessere sociale derivante dalle ore di lavoro messe gratuitamente a disposizione da oltre 4 milioni di volontari.

Innovazione e ambiente. Il 23,6% delle imprese italiane negli ultimi tre anni hanno scommesso sulla qualità ambientale e sulla green economy. Perché investire in tecnologie e prodotti 'verdi' non vuol dire 'solo' diventare più sostenibili, contribuire a costruire un futuro migliore per il pianeta, per noi e i nostri figli. Significa anche fare innovazione: il 37,9% delle aziende che fa investimenti green introduce innovazioni di prodotto o di servizio, contro il 18,3% delle imprese che non investono nell'ambiente. E significa export: il 37,4% delle imprese green vanta presenze sui mercati esteri, contro il 22,2% delle altre.

Arte e cultura, un settore strategico e trainante. Mentre il Paese, nel 2012, perde lo 0,3% delle imprese, quelle del sistema produttivo culturale (tra industrie culturali propriamente dette, industrie creative - attività produttive ad alto valore creativo ma ulteriori rispetto alla creazione culturale in quanto tale - patrimonio storico artistico, performing arts e arti visive) crescono del 3,3%, arrivando ad essere quasi 460 mila, il 7,5% del totale delle attività economiche nazionali. Danno lavoro a quasi 1,4 milioni di persone, il 5,7% del totale degli occupati. Creano, direttamente, 75,5 miliardi di euro di valore aggiunto. E ne attivano nel resto dell'economia altri 133. In tutto fa 214,2 miliardi: il 15,3% circa del totale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA | La redazione

Condividi questo articolo



insetto il 5 7 2013 alle 19:18

L'online di TRIBUNA ECONOMICA

GIORNALE DI ECONOMIA FINANZA

...dal 1986



EDITORE

AMBASCIATE CONSOLATI

PUBBLICITA'

LAVORA CON NOI

CONTATTI

TUTTE LE NOTIZIE

ARCHIVIO NOTIZIE

TRIBUNA ECONOMICA

Un giornale internazionale

PROSSIMI SERVIZI

Rapporti Ambasciate

CAMBIO INDIRIZZO

Il nuovo indirizzo della Sede di Roma è VIA SISTINA 121 - 00187 ROMA. Si chiede la cortesia di inviare tutta la corrispondenza cartacea indirizzata a TRIBUNA ECONOMICA ed EDITORIALE TRIBUNA ECONOMICA al nuovo indirizzo.

SOCIAL NETWORK

Leggi e fai leggere alla tua rete di contatti le notizie dell'Online di Tribuna Economica su Facebook, Twitter, LinkedIn e altri Social Network



SMARTPHONE - TABLET



EDPS finds major deficiencies in anti-money laundering proposals

Dal made in Italy 1000 prodotti da podio mondiale dell'export

Venerdì 08 Luglio 2013

[Tweet](#)

Mentre la lunga e forte crisi che stiamo attraversando si ripercuote con forza sulla nostra economia interna e impone di fare di più per ridare reddito alle famiglie che si sono impoverite e per restituire speranza e motivazione alle tante energie depresse del Paese, dal nostro export arrivano segnali incoraggianti. Che smentiscono la vulgata secondo la quale l'Italia sarebbe un paese senza futuro, che dietro l'angolo ci aspetti un ineluttabile declino, la perdita di posizioni nella competizione internazionale, il definitivo declassamento, dopo le giornate remote e recenti, a nazione satellite. Anzi, se guardiamo al nostro Paese senza pregiudizio, ma con un po' di simpatia e di affetto, e con un pizzico di curiosità e attenzione in più, ci accorgeremo che l'Italia sa essere innovativa, versatile, creativa, reattiva, competitiva e vincente. Soprattutto sui mercati globali. Tanto da esprimere, nonostante la crisi, quasi mille prodotti con saldo commerciale attivo da record e da mettere a segno un attivo di 183 miliardi di dollari. È questo il Paese che emerge dal rapporto I.T.A.L.I.A. - Geografie del nuovo made in Italy realizzato da Fondazione Symbola, Unioncamere e Fondazione Edison e presentato a Treia (Mc), in occasione dell'apertura dell'XI Seminario estivo di Symbola. Un rapporto che, senza nascondere le difficoltà del nostro mercato interno, misura la competitività del sistema produttivo italiano non con parametri antichi e obsoleti, come la quota di mercato detenuta sull'export mondiale, ma con un nuovo indicatore capace di cogliere e leggere in modo assai più fedele e puntuale quanto si muove nella nostra economia. Se adottiamo come metro della competitività la bilancia commerciale dei singoli prodotti, emergono in tutta evidenza la creatività e la duttilità del made in Italy, la capacità del nostro sistema produttivo di reagire di fronte al mutare degli scenari internazionali e di fronte alla crisi. Insieme a Cina, Germania, Giappone e Corea, infatti, l'Italia è uno dei soli 5 Paesi del G-20 ad avere un surplus strutturale con l'estero nei prodotti manifatturieri non alimentari. In altri termini, escludendo l'energia e le materie prime agricole e minerarie, l'Italia è uno dei paesi più competitivi a livello mondiale. Vantiamo quasi 1000 prodotti in cui siamo tra i primi tre posti al mondo per saldo commerciale attivo con l'estero. Vuol dire che se pensiamo al mercato globale come a un'olimpiade, ai prodotti come discipline sportive in cui vince chi ha un export di gran lunga superiore all'import, l'Italia arriva a medaglia quasi mille volte. Fanno meglio di noi solo Cina, Germania e Stati Uniti. Il risultato di questo ricco medagliere è, come anticipato, un saldo positivo di 183 miliardi di dollari al 2011. Una tendenza che si conferma anche nel 2012, quando siamo stati il secondo paese europeo, dopo la Germania, per attivo manifatturiero con i Paesi extra-UE.

Le eccellenze competitive italiane nel commercio con l'estero. Con un totale di 946 prodotti classificatisi primi, secondi o terzi nel saldo commerciale mondiale, l'Italia è seconda solo alla Germania nella teorica classifica della competitività delineata dal nuovo indicatore e precede economie generalmente considerate più forti, come la Corea del Sud e la Francia.

Più nel dettaglio, il nostro Paese vanta 235 prodotti medaglia d'oro a livello mondiale per saldo commerciale. Nell'insieme queste 235 eccellenze fanno guadagnare all'Italia 63 miliardi di dollari. I nostri prodotti che si classificano al secondo posto nel mondo per saldo commerciale sono invece 390 e fruttano 74 miliardi di dollari. Le medaglie di bronzo dell'export italiano sono invece 321 prodotti che valgono un saldo commerciale complessivo di 45 miliardi. E poi ci sono altri 492 prodotti in cui l'Italia si è classificata quarta o quinta per saldo commerciale mondiale e che hanno aggiunto alla nostra bilancia commerciale altri 38,4 miliardi di dollari.

Industria, i settori competitivi e la forza dei distretti. Oltre ai numeri, sono significativi anche i settori che generano questo surplus. La maggior parte delle nostre eccellenze manifatturiere

Cerca nella Home ...

Language

Select Italiano Italiano English

Settimana 15 giorni Mese

OECD - How can governments help people reduce their environmental footprint?

Banche e Imprese: nuovo "Accordo per il credito 2013"

ILO - Work sharing can save jobs in times of crisis

EIB delivers on capital increase: ready to do more

Ambasciata svizzera in Italia, il governo federale ha approvato la trasmissione della formazione svizzera all'estero

Banche: Risorse Ue per sviluppo microcredito e nuove iniziative di impresa

Unioncamere: investire in cultura, conviene

World Bank - Vietnam must base future export growth on enhancing competitiveness and capturing greater value added

Spagna, buoni risultati per le esportazioni nei primi quattro mesi del 2013

AMBASCIATE CONSOLATI



Ambasciata svizzera in Italia

SPECIALE MOTORI





non proviene solo da settori tradizionali, quali potrebbero essere il tessile o le calzature, ma arrivano dalla meccanica e dai mezzi di trasporto, dalle tecnologie del caldo e del freddo, dalle macchine per lavorare legno e pietre ornamentali, dai fili isolati di rame e dagli strumenti per la navigazione aerea e spaziale. Ai quali si affianca il presidio di quei settori in cui il made in Italy è forte per tradizione, come il design o il lusso. Nell'insieme, insomma, si tratta di oggetti che disegnano la geografia di un nuovo made in Italy e che dimostrano quanto le nostre imprese siano state in grado di risintonizzarsi con successo sulle nuove frequenze del mercato globale senza perdere la capacità di creare bellezza.

Andando ad analizzare i nostri 235 prodotti medaglia d'oro, emerge infatti che 31,6 dei 63 miliardi di surplus generati dalle nostre eccellenze provengono da beni del settore dell'automazione meccanica, della gomma e della plastica; altri 18,1 miliardi si devono ai beni dell'abbigliamento e della moda, 6,4 miliardi da beni alimentari e vini; 2,9 dai beni per la persona e la casa; mentre 4,3 miliardi da altri prodotti, tra cui quelli dell'industria della carta, del vetro e della chimica. Nella top ten dei nostri prodotti medaglia d'oro troviamo nell'ordine: le calzature con suola in cuoio naturale (2,7 miliardi), macchine e apparecchi per imballaggio (2,5 miliardi), piastrelle di ceramica verniciate o smaltate (2,5 miliardi), borse in pelle e cuoio (2,1 mld) occhiali da sole (1,9 mld), pasta (1,8 mld), cuoio a pieno fiore conciato (1,8 mld), barche e yacht da diporto (1,6 mld), conduttori elettrici (1,4 mld) e parti di macchine per impacchettare e altre macchine e apparecchi (1,4 mld). Ma non mancano anche primati più sfiziosi e curiosi, come quelli nel saldo commerciale delle gioiellerie o dei bottoni.

Tra i prodotti secondi posti per saldo commerciale hanno particolare rilevanza i vini e gli spumanti, che portano al Paese un bottino di 4,7 miliardi di euro, rubinetti e valvole (compresi quelli senza tracce di piombo), i mobili in legno, le parti di turbine a gas, i trattori agricoli, macchine per riempire e imbottigliare ed etichettare, navi da crociera, lavori in alluminio, caffè torrefatto, lampadari, mobili in legno per cucine, pomodori lavorati, lastre e fogli in polimeri di etilene, granto lucidato e lavorato. Per quanto riguarda i nostri prodotti medaglia di bronzo per saldo commerciale mondiale vanno citati le parti e gli accessori per trattori e autoveicoli, gli oggetti da gioielleria, ingranaggi e ruote di frizione per macchine, i prodotti di materie plastiche, divani e poltrone, parti di macchine a apparecchi meccanici, ponti con differenziali per autoveicoli, costruzioni in ghisa, ferro e acciaio, mobili in metallo e maglioni. Da notare, inoltre, che la maggior parte dei prodotti italiani che competono nel mondo nasce da produzioni altamente specializzate e concentrate in distretti industriali, è ad esempio il caso delle calzature, delle pelli, delle piastrelle, o ancora delle gioiellerie e delle imprese della packaging valley bolognese-emiliana.

Turismo. Una menzione a sé merita anche il turismo: non avremo mai un ritratto fedele delle performance del settore fino a quando verrà usato come indicatore il numero di arrivi. Al contrario, guardando ai pernottamenti, a fronte della sofferenza del mercato domestico, si evidenzia il primato italiano in Europa per pernottamenti di turisti extra UE. Come dire che nel Vecchio Continente siamo la meta preferita di americani, giapponesi, cinesi, australiani, canadesi, brasiliani, sudcoreani, turchi, ucraini e sudafricani. E nel 2011, con 387 milioni di notti all'attivo, l'Italia si è classificata terza in Europa per numero complessivo di pernottamenti di turisti stranieri e residenti, preceduta solo da Francia (a quota 400) e Spagna.

Agroalimentare, un settore vocato alla qualità. Il nostro agroalimentare è un comparto in cui la vocazione alla qualità è evidentissima. Non a caso il nostro paese ha una capacità di creare valore aggiunto pari a quasi duemila euro per ettaro: il doppio di quando mediamente registrato in Francia, Germania e Spagna, addirittura il triplo se confrontato con la Gran Bretagna. Non a caso con 252 prodotti registrati tra Dop, Igp e Stg, 521 tra vini a denominazione di origine controllata e garantita o a indicazione geografica tipica e 4.671 specialità tradizionali regionali, vantiamo il primato prodotti registrati e siamo il primo paese dell'UE per numero di operatori biologici (oltre 48 mila). Quanto alle esportazioni siamo undicesimi al mondo per valore esportato, ma in 13 produzioni delle 70 monitorate abbiamo la leadership globale. Dal solo dall'export della pasta, nel 2011, abbiamo ricavato 1,3 miliardi di euro.

Localismo e sussidiarietà: 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, che contribuisce direttamente al 4,3% del nostro Pil, equivalente a 67 miliardi di euro. Una ricchezza che andrebbe affiancata anche con il risparmio e il benessere sociale derivante dalle ore di lavoro messe gratuitamente a disposizione da oltre 4 milioni di volontari.

Innovazione e ambiente. Il 23,6% delle imprese italiane negli ultimi tre anni hanno scommesso sulla qualità ambientale e sulla green economy. Perché investire in tecnologie e prodotti 'verdi' non vuol dire 'solo' diventare più sostenibili, contribuire a costruire un futuro migliore per il pianeta, per noi e i nostri figli. Significa anche fare innovazione: il 37,9% delle aziende che fa investimenti green introduce innovazioni di prodotto o di servizio, contro il 18,3% delle imprese che non investono nell'ambiente. E significa export: il 37,4% delle imprese green vanta presenze sui mercati esteri, contro il 22,2% delle altre.

Arte e cultura, un settore strategico e trainante. Mentre il Paese, nel 2012, perde lo 0,3% delle imprese, quelle del sistema produttivo culturale (tra industrie culturali propriamente dette, industrie creative - attività produttive ad alto valore creativo ma ulteriori rispetto alla creazione culturale in quanto tale - patrimonio storico artistico, performing arts e arti visive) crescono del 3,3%, arrivando ad essere quasi 450 mila, il 7,5% del totale delle attività economiche nazionali. Danno lavoro a quasi 1,4 milioni di persone, il 5,7% del totale degli occupati. Creano, direttamente, 75,5 miliardi di euro di valore aggiunto. E ne attivano nel resto dell'economia altri 133. In tutto fa 214,2 miliardi: il 15,3% circa del totale.

