

Il rapporto

L'indagine Symbola-Unioncamere certifica le nostre potenzialità

Il mondo ha sempre più voglia di made in Italy ma l'Italia non lo sa

Siamo tra i primi dieci Paesi al mondo per investimenti in ricerca & sviluppo ed i primi per riciclo dei rifiuti

ROMA. C'è un'Italia appassionata e apprezzata nel mondo, che produce ricchezza puntando su qualità e innovazione. Un'Italia di cui essere orgogliosi di cui spesso, però, non c'è piena consapevolezza. Il rapporto ITALIA 2019, realizzato da Fondazione Symbola, Unioncamere e Fondazione Edison con il sostegno di Intesa Sanpaolo, un viaggio di scoperta in un Paese che ha i talenti e le risorse per guardare negli occhi il futuro.

L'indagine. Il rapporto evidenzia come che spesso l'Italia non sa di essere innovativa, versatile, creativa, reattiva, competitiva e vincente. L'indagine condotta da Ipsos, all'interno del rapporto, è proprio sulla percezione e consapevolezza delle capacità del Bel Paese. L'Italia è tra i primi 10 Paesi al mondo per investimenti in ricerca e sviluppo: solo il 13% degli italiani ne è consapevole, e addirittura quasi uno su due (45%) la ritiene una notizia poco attendibile. Siamo il primo Paese euro-

peo per riciclo di rifiuti col 76,9% del totale di quelli prodotti: ma solo un italiano su 10 lo sa e addirittura il 51% ritiene questa notizia non credibile.

Cresce la domanda. Al tema della consapevolezza si aggiunge insomma quello della fiducia. Eppure all'estero cresce la domanda di Italia. In base all'analisi svolta sulle ricerche effettuate su Google, il numero di quelle legate al made in Italy e alle parole chiave ad esso riconducibili - un fondamentale indicatore della notorietà e del desiderio dei prodotti italiani nel mondo - è cresciuto del 56% tra il 2015 e il 2018. Da record il surplus commerciale manifatturiero, quello dell'Italia e' infatti il quinto al mondo - con 106,9 miliardi di dollari - dietro alla Cina, alla Germania, alla Corea del Sud e al Giappone. Performance sostenute da migliaia di imprese medio-grandi, medie e piccole che ci fanno competere sui mercati globa-

li grazie alle capacità di essere flessibili, attive in tanti campi diversi. I fattori vincenti del made in Italy si confermano essere la creatività, l'innovazione, il design, i settori hi-tech come la meccanica o i mezzi di trasporto

«C'è un'Italia - commenta Ermete Realacci, presidente della Fondazione Symbola - in grado di parlare al mondo con i suoi talenti, la sua creatività, il suo territorio, la sua bellezza. Capace con le sue energie migliori di affrontare a testa alta le sfide per il futuro a partire dalla crisi climatica, da un'economia più sostenibile e più a misura d'uomo. Una sfida essenziale anche per ridare forza all'Europa».

«Il Rapporto mette in luce un volto dell'Italia che non è conosciuto a sufficienza - sottolinea Giuseppe Tripoli, segretario generale di Unioncamere - L'export nazionale è aumentato di quasi il 60% in 10 anni, passando da un saldo negativo ad un saldo positivo di circa 39 miliardi di euro». //





Piazza Duomo. Il tricolore sventola in centro a Brescia