

**SYMBOLA:** ora il made in Italy non parla soltanto di vino e formaggi

Da una ricerca della fondazione Symbola, la nuova geografia delle imprese italiane. Non solo formaggi e vini da gourmet, ma anche robotica e innovazione.

Dal recentissimo rapporto I.T.A.L.I.A della fondazione Symbola ([www.symbola.net](http://www.symbola.net)) emerge un nuovo quadro dell'imprenditorialità italiana e dei settori specifici in cui investire. Non solo moda ed enogastronomia, per Symbola, ma anche e soprattutto altri aspetti imprenditoriali in pole position. E si va dall'industria tout court all'innovazione, passando sempre per il turismo e l'arredamento, ma spaziando ormai anche per l'ingegneria, la farmaceutica e la robotica. L'iniziativa di I.T.A.L.I.A, ideata appunto da Symbola con la Fondazione Edison e Unioncamere, riesce a raccontare una nuova Italia, ricca di talenti eccellenti e di capacità innovative, ancorata alla tradizione, ma proiettata verso un futuro decisamente diverso. E la creatività del nostro paese compone un quadro mirabile soprattutto per quel che riguarda la cosiddetta Green Economy in cui la tradizionale competitività italiana la fa da padrona, costruendo nuove realtà e diverse interpretazioni di una capacità imprenditoriale sempre fondata su creatività e ingegno. Il rapporto, pur senza nascondere le difficoltà attraversate in questo particolare momento dal mercato interno italiano, misura egregiamente la competitività del nostro sistema produttivo con un nuovo parametro di ricerca capace di cogliere con puntualità tendenze e variazioni di un settore in continua e costante evoluzione.

#### LE ULTIME TENDENZE

E c'è di più. Le ultime tendenze rivelate da un sondaggio Ipsos rivelano che l'ottanta per cento dei cinesi e degli americani individua nel nostro made in Italy un grandissimo valore aggiunto e che due su tre italiani sono disponibili a pagare un sovrapprezzo per avere un prodotto garantito e certificato come made in Italy. Il dato, quindi, è evidente. Il mercato sia interno che estero è disposto a spendere di più in un'ottica di estrema qualità e di filiera controllata e il prodotto artigianale italiano sembra avere proprio questa marcia accessoria. La Rete e i social network fanno il resto. Non a caso la richiesta relativa al nostro prodotto monitorata da Google ha registrato una crescita del 22% in particolare con paesi come gli Emirati Arabi, il Giappone, la Russia e il Brasile. Le eccellenze del made in Italy coprono ormai tutti i settori, spaziando da quelli noti tradizionalmente come la moda, l'enogastronomia, l'arredamento, ad altri decisamente più nuovi, ma ugualmente appetibili all'estero come l'ingegneria e la meccanica, la chimica e le sue specializzazioni, la robotica e, dulcis in fundo, la farmaceutica, quest'ultima proprio protagonista di un autentico boom negli ultimi tempi. E, tanto per snocciolare esempi pratici, sono in gran parte italiani i robot della missione sulla cometa Rosetta (Philae, un mini modulo di atterraggio) ed è made in Italy l'osservazione dei neutrini tau dell'ultima conquista della fisica delle particelle.

L'Italia vanta un totale di 932 prodotti classificati primi, secondi o terzi nella geografia mondiale del saldo commerciale attivo con l'estero. Di questi ben 35 sono autentiche "medaglie d'oro" e fanno guadagnare 56 milioni di dollari, di cui 25,6 provengono dal settore dell'automazione meccanica, della gomma e della plastica.

## LA COESIONE E' IMPORTANTE

Un itinerario interessantissimo questo di I.T.A.L.I.A e di Symbola che mette in luce prospettive nuove e diversi modi di interpretare il made in Italy. Tutto si evolve e tutto si trasforma, e anche le imprese italiane si adeguano al trend dominante. Creatività e tecnologia in testa, senza dimenticare capacità artigianale e specificità della produzione. Siamo e resteremo italiani anche se con la mente aperta e l'occhio vigile verso i cambiamenti strutturali di una società in costante modifica ed evoluzione. E a Treia, quest'anno, in occasione della presentazione del rapporto "Coesione è competizione" nella giornata di apertura del seminario estivo di Symbola, proprio Ermete Realacci (che di Symbola è il Presidente) si è così espresso, quasi a siglare il risultato già riportato da I.T.A.L.I.A: "Molti pensano che essere attenti alle comunità, ai diritti dei lavoratori, ai territori, sia un atto di bontà. Questo rapporto dimostra che non è così e che la coesione per l'Italia è un fattore produttivo". E ha aggiunto: "Le imprese che sono più attente alle comunità, ai territori, a tenere insieme missione produttiva e i diritti dei lavoratori sono quelle che competono di più e assumono di più. E' una maniera di fare impresa, quella dell'Italia, che può parlare al mondo proprio perché la qualità dipende da questi fattori: bellezza, cultura, innovazione, coesione. Questa è l'Italia che fa l'Italia".

Per ulteriori approfondimenti:

Brunella PACIELLO

*Health Practice Manager*

Aida Partners Ogilvy PR

[www.aidapartners.com](http://www.aidapartners.com)

e.mail: [b.paciello@aidapartners.com](mailto:b.paciello@aidapartners.com)