



Confederazione Nazionale dell'Artigianato
e della Piccola e Media Impresa



LE PMI E LA SFIDA DELLA QUALITÀ

.....
UN'ECONOMIA
A MISURA D'ITALIA



Qual è il nostro posto nel mondo? Quale ruolo spetta all'Italia sulla scena globale del XXI secolo? Se qualcuno aveva dubbi, la durissima crisi - che, dopo 8 anni, finalmente sembra allentare la sua morsa - ci ha insegnato che niente è più come prima, che non basterà tentare di spostare indietro le lancette dell'orologio e tornare alle nostre abitudini. Sul terreno restano imprese, posti di lavoro, e tante presunte certezze: la crisi ha accresciuto le disuguaglianze, reso più aggressive le mafie, più intollerabile la corruzione, mentre resta soffocante la burocrazia. Ma questa stessa crisi ci ha dimostrato anche che abbiamo tutte le caratteristiche - talenti, capacità, risorse - per tornare a competere, e vincere. Dobbiamo avere fiducia in questi talenti unici, nelle nostre capacità irripetibili e sempre più richieste sui mercati. Dobbiamo guardare al mondo senza complessi, con coraggio, e senza tradire il nostro dna. Riconoscendo, innanzitutto, il valore delle nostre tradizioni, del nostro sapere fare, della bellezza e della cultura: un valore reso ancora più desiderabile agli occhi esterni, grazie anche all'affermazione di stili di vita e di consumo più sostenibili e responsabili. E dobbiamo rinnovare queste tradizioni, avendo l'ardire di sfidare - tante imprese lo stanno già facendo - le novità che il presente e il futuro pongono sul nostro cammino: novità che potremmo cavalcare, scommettendo sulla ricerca, sulla nostra creatività, sulle potenzialità della green economy; e puntando sulle tecnologie avanzate, sul web, sull'economia della condivisione.

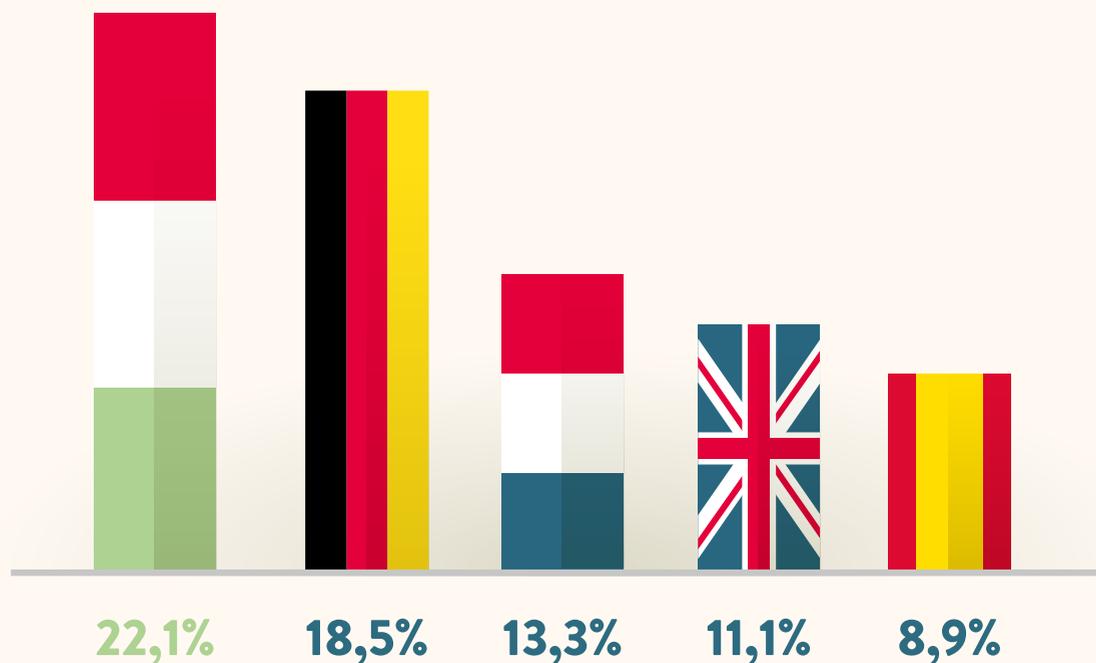
Per questo Cna e Symbola sentono il bisogno di fissare, nero su bianco, dati di verità che tanti hanno finora sottovalutato - altri, addirittura, ignorato o svilito. Verità pienamente incarnate dalle PMI che, dunque, mostrano di rappresentare la spina dorsale del made in Italy.

Parliamo della capacità di innovare: siamo il secondo paese in Europa, dopo la Germania, per numero di aziende (65.481) che, negli ultimi tre anni, hanno introdotto innovazioni di processo o di prodotto, innalzando il livello qualitativo delle loro attività. E più dell'80% di queste aziende ha meno di 50 addetti: segno incontestabile che, se un ostacolo alla capacità di innovare esiste, non sta nelle dimensioni delle nostre PMI. Quelle stesse PMI che guidano la 'riconversione verde' dell'occupazione europea: dalla fine del 2014, il 51% delle piccole e medie imprese italiane ha almeno un green job, più del Regno Unito (37%), della Francia (32%) e della Germania (29%). Puntare sulla sostenibilità e sulla qualità ambientale è una scelta strategica che guarda al futuro, che già oggi ci garantisce primati: 341.500 le aziende italiane (il 22% del totale, addirittura il 33% nella manifattura) che dal 2008 hanno investito nella green economy, guadagnando in termini di export (tra le manifatturiere, il 44% di quelle che investono green esportano stabilmente, contro il 24% delle altre) e di innovazione (30% contro 15%). E che potrebbe, domani, condurci ad una nuova leadership. Siamo già i campioni europei nell'industria del riciclo: a fronte di un avvio a recupero industriale di 163 milioni di tonnellate di rifiuti su scala europea, nel nostro Paese - grazie anche a tante piccole imprese della preparazione al riciclo e della manifattura di riciclo - ne sono stati recuperati 24,1 milioni, il valore assoluto più elevato tra tutti i paesi europei (in Germania sono 22,4).

Proprio le PMI emergono per ciò che sono: non un peso di cui liberarsi ma una delle chiavi di volta del made in Italy, tra le più adatte e versatili a mettere a frutto le virtù che in tanti al mondo ci riconoscono. Le molte imprese artigiane, le micro e piccole aziende italiane contribuiscono per oltre 1/5 (22,1%, 77 miliardi di euro) al valore aggiunto prodotto in Europa dalle imprese della manifattura fino a 50 addetti. Parliamo di quelle filiere territoriali che fanno di Brescia e Bergamo le prime due province manifatturiere d'Europa (per valore assoluto), davanti alla tedesca Wolfsburg, che ospita il cuore della Volkswagen (e seguite, nelle prime 20, da altre 9 province tricolori). Parliamo di quelle PMI che sono un quarto delle PMI esportatrici in Europa (più delle tedesche: 14,5%), e rappresentano ben il 90% del totale delle imprese manifatturiere esportatrici nel nostro Paese: lo zoccolo duro, il volano dell'export nazionale. Una capacità di imporsi fuori dai nostri confini, anche su mercati poco frequentati, che va legata alla scommessa sulla qualità. Lo abbiamo visto con la scelta della sostenibilità ambientale, con il ruolo dell'innovazione. Lo dimostra il trend dei valori medi unitari dei nostri prodotti, che nell'ultimo decennio (2002 - 2015) sono cresciuti a ritmi superiori a quelli degli altri grandi paesi europei: segno che i mercati ci riconoscono un crescente premio di prezzo legato proprio alla qualità. Siamo addirittura primi al mondo per valore medio unitario di 255 prodotti. Tra cui molti blasoni del made in Italy (dall'agroalimentare alla meccanica al mobile e design alla moda), ma anche illustri rappresentanti di settori nuovi e innovativi: si va dai motocicli ai formaggi, ad esempio, dalle borse alle parti di orologi, e poi cappotti, calzature, guanti e portafogli, ma anche pellicole cinematografiche, funghi e carta da riciclare, cinghie di trasmissione e pannelli di legno, pianoforti a coda, violini e fresatrici per metalli, bastoni per golf e tavole da windsurf.

Un mondo questo delle PMI, se lo guardiamo bene, che non ci parla solo di competitività, di fatturati e di export: ma che allude – a volte incarna – un modello di sviluppo che sa tenere insieme la capacità di competere con la valorizzazione del capitale umano, tradizione, territorio e rispetto dell'ambiente con la crescita economica; produttività, coesione sociale e rispetto di diritti. Un modello economico – e sociale – che gravita intorno al concetto di qualità e guarda al futuro; nel quale l'Italia, anche sfruttando le potenzialità di Expo 2015, ha tanto da dire.

Questo mondo, se vogliamo che il Paese si lasci definitivamente alle spalle la crisi, e che torni a guardare a testa alta i partner europei e i competitor mondiali, va valorizzato. Vanno sostenute, e vanno additate come modelli, le imprese che hanno intrapreso questo cammino. Vanno rimossi gli ostacoli che le frenano, per far sì che le storie di successo individuali – e potremmo citarne davvero tante – diventino il successo di un intero sistema produttivo. Il successo di un Paese.



PMI ITALIANE TRA I **LEADER** DELLA PRODUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO NELLA **MANIFATTURA EUROPEA**

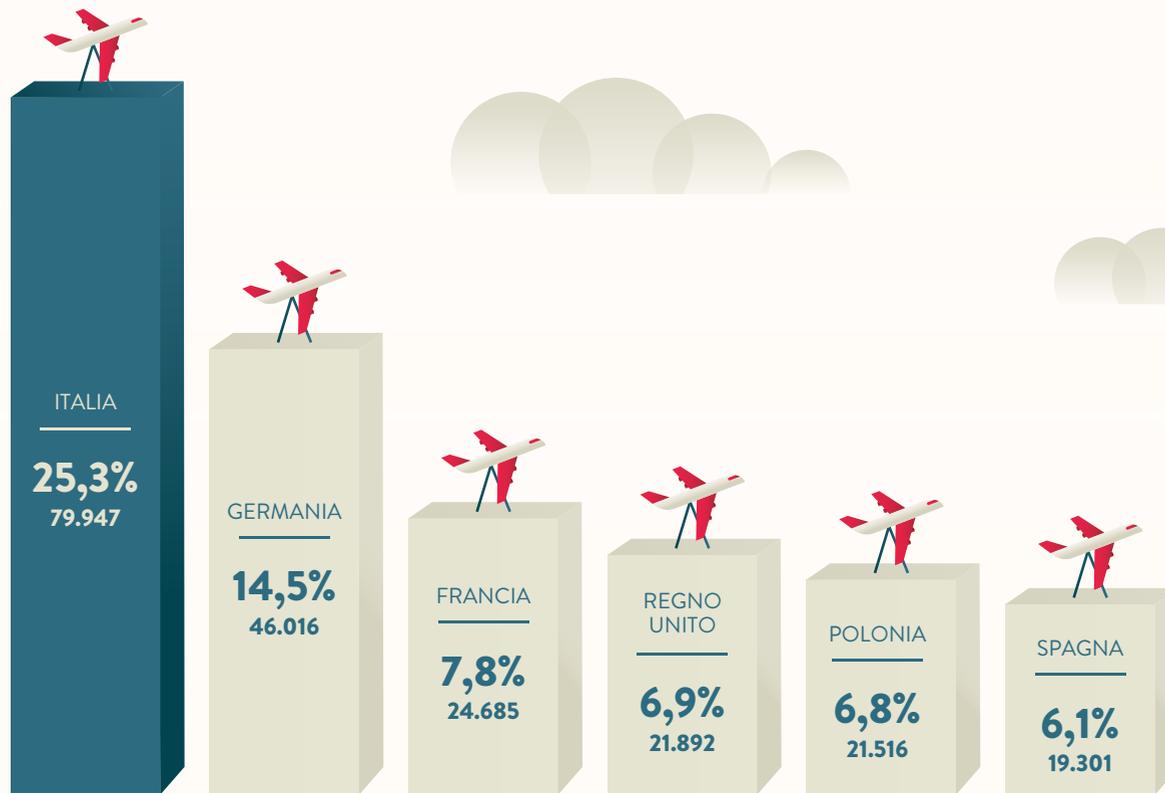
Vocazione manifatturiera e centralità della piccola e media impresa fanno dell'Italia il leader europeo nella produzione di valore aggiunto tra PMI manifatturiere: con 77,3 miliardi di Euro, le PMI tricolore contribuiscono per oltre 1/5 (22,1%) al valore aggiunto prodotto in Europa dalle imprese della manifattura fino a 50 addetti.

Il valore più alto tra i paesi UE, legato al numero di imprese presenti in Italia, e alla qualità delle loro produzioni.

La Germania arriva al 18,5% (64,8 mld), la Francia al 13,3% (46,5 mld), Il Regno Unito si ferma all'11,1% (38,7 mld), la Spagna all'8,9% (31,1 mld).

01.

Valore aggiunto delle piccole imprese manifatturiere (quote % sul totale UE, imprese con meno di 50 addetti)



LE PMI ITALIANE SONO **PROTAGONISTE** NELL'EXPORT, IN ITALIA E IN EUROPA

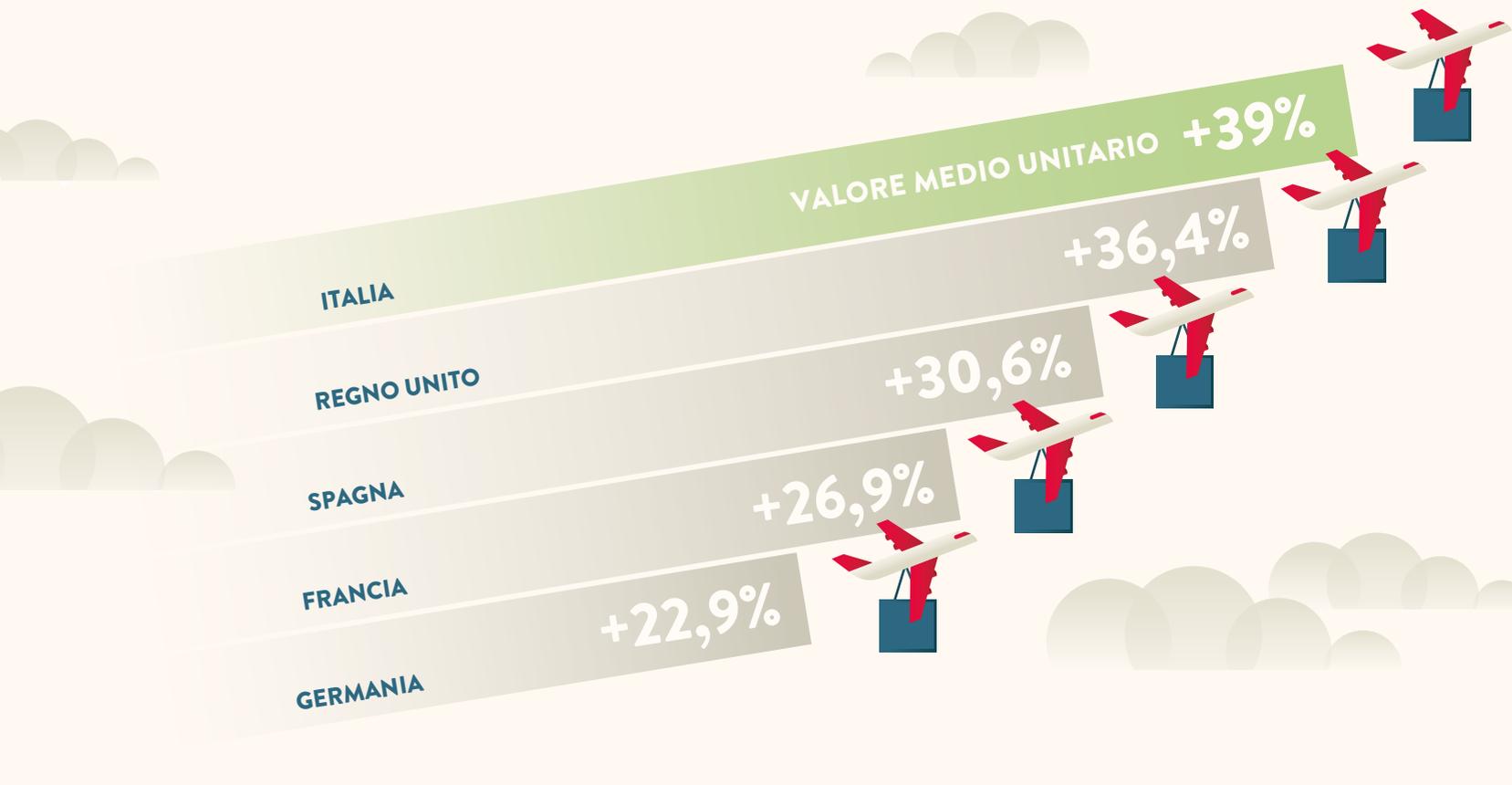
In Italia sono le PMI a guidare l'export, con un effetto traino molto superiore alle piccole e medie imprese degli altri paesi europei. Tra le imprese manifatturiere esportatrici italiane, 88.952 in tutto, quelle sotto i 50 addetti sono nove su dieci: 79.947 (89,9%).

In Germania le PMI esportatrici sono 46 mila, il 67% del totale delle manifatturiere nazionali che esportano. Anche se si guardano le micro-imprese sotto i 10 addetti l'Italia mantiene lo stesso vantaggio, con 44.749 aziende esportatrici, a fronte delle 24.209 tedesche.

Le piccole e medie imprese manifatturiere tricolori trainano anche la categoria in Europa: sul totale delle PMI europee che vendono all'estero i loro prodotti, una su quattro (25,3%) è italiana; quelle tedesche sono il 14,5%; seguono, a distanza, le imprese francesi (7,8%), britanniche (6,9%), polacche (6,8%) e spagnole (6,1%).

02.

Piccole imprese esportatrici
(valori assoluti e quote % sul totale UE,
imprese con meno di 50 addetti)



L'ITALIA **NON** HA RIVALI IN EUROPA NEI **PRODOTTI** DI QUALITÀ

Nell'ultimo decennio le produzioni italiane hanno visto una crescita qualitativa superiore a quella degli altri paesi europei.

Dall'introduzione dell'euro, infatti, l'Italia ha visto i valori medi unitari dei suoi prodotti salire del 39% (segno che il mercato ci riconosce un crescente premio di prezzo), contro il +36,4% del Regno Unito e dinamiche inferiori per Spagna (+30,6%) e Francia (+26,9%).

La Germania, ultima tra i grandi Paesi comunitari, ha mostrato una dinamica più contenuta (+22,9%), dimostrando di puntare sull'efficienza dei costi, forte comunque di un livello qualitativo già elevato.

03.

Dinamica Valori Medi Unitari delle esportazioni (rapporto tra valore e quantità prodotto), variazioni %, 2002 - 2013



L'ITALIA AL TOP MONDIALE DELLA QUALITÀ PER 255 PRODOTTI, PRIMI IN UE

Vantiamo nell'UE il maggior numero di prodotti col più alto valore medio unitario al mondo (il mercato ci riconosce, in virtù della qualità, i prezzi più alti): 255 in tutto, contro i 196 della Germania, i 193 della Francia, i 188 del Regno Unito.

Tra cui prodotti che portano nel mondo il made in Italy (dall'agroalimentare alla meccanica al mobile e design alla moda), anche in settori innovativi: dai motocicli ai formaggi, ad esempio, dalle borse alle parti di casse di orologi, e poi cappotti, calzature, giacche a vento, guanti e portafogli, funghi conservati, pneumatici per bici, carta da riciclare, cinghie di trasmissione e pannelli di legno, pianoforti a coda e violini, fresatrici per metalli, bastoni per golf.

04.

Numero di prodotti con più alto Valore Medio Unitario (rapporto tra valore e quantità prodotto), 2013



ITALIANI, **GRANDI INNOVATORI**

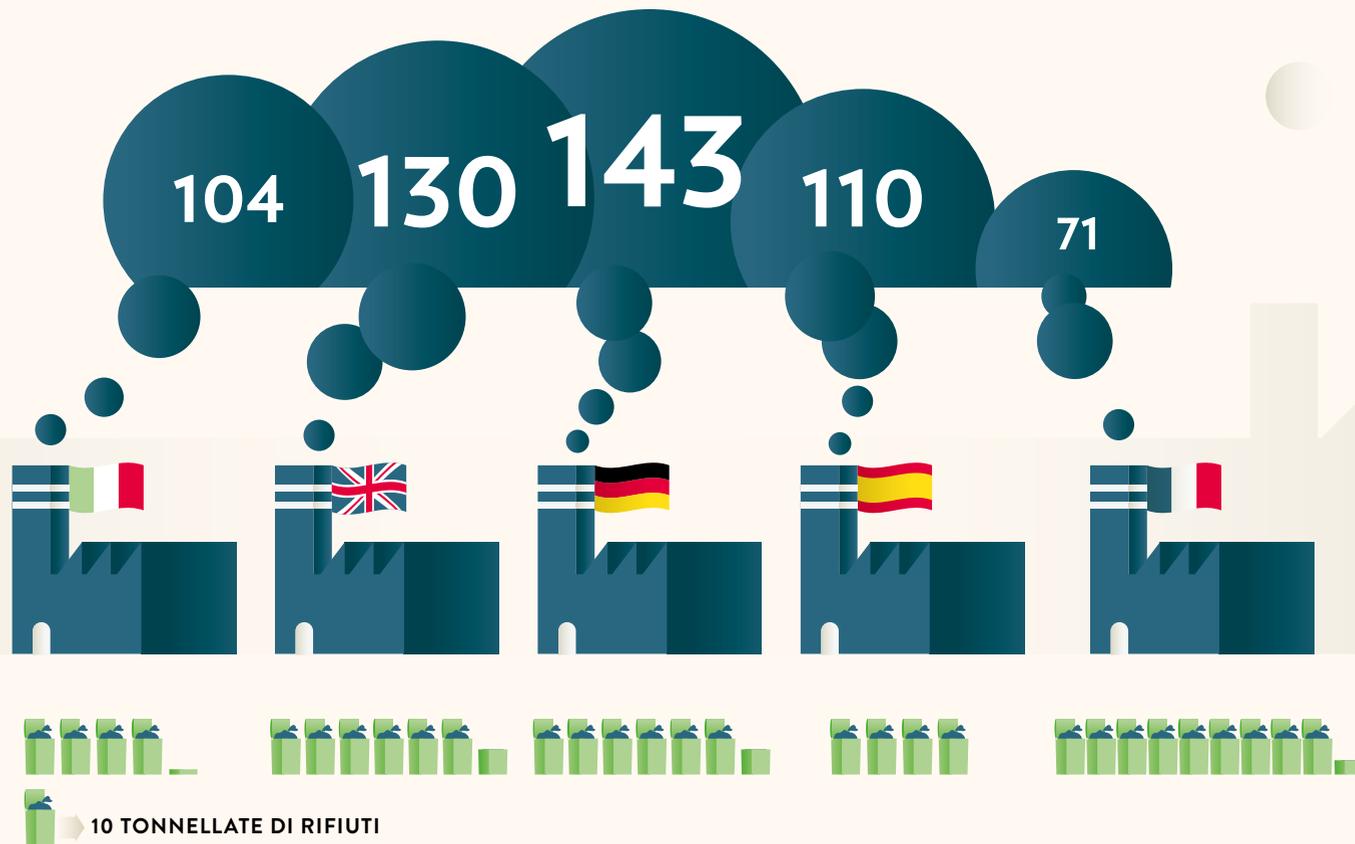
Le nostre imprese hanno l'innovazione nel dna: siamo il secondo paese in Europa per numero di aziende (65.481) che, nel triennio, hanno introdotto innovazioni di processo o di prodotto.

Meglio di noi solo la Germania, con 90.395 aziende. Seguono, ma a livelli decisamente inferiori, Regno Unito (44.623), Francia (37.924) e Spagna (24.159).

Delle oltre 65mila imprese citate, quasi 54mila, più dell'80%, hanno meno di 50 addetti: segno evidente che le dimensioni delle nostre PMI non sono affatto un ostacolo all'innovazione.

05.

Numero di imprese innovatrici
(imprese con almeno 10 addetti), 2012



IL MODELLO PRODUTTIVO ITALIANO È TRA I PIÙ INNOVATIVI IN CAMPO AMBIENTALE

L'Italia è tra i primi paesi dell'Unione europea per eco-efficienza del sistema produttivo, con 104 tonnellate di anidride carbonica ogni milione di Euro prodotto (la Germania ne immette in atmosfera 143, il Regno Unito 130) e 41 di rifiuti (65 la Germania e il Regno Unito, 93 la Francia).

Il nostro sistema produttivo, grazie alle PMI, è anche quello che guida la 'riconversione verde' dell'occupazione europea: dalla fine del 2014, il 51% delle piccole e medie imprese italiane ha almeno un green job, più del Regno Unito (37%), della Francia (32%) e della Germania (29%).

Non solo, siamo campioni europei nell'industria del riciclo: a fronte di un avvio a recupero industriale di 163 milioni di tonnellate di rifiuti su scala europea, nel nostro Paese, anche grazie al lavoro di tante piccole aziende della preparazione al riciclo e della manifattura, ne sono stati recuperati 24,1 milioni di tonnellate, il valore assoluto più elevato tra tutti i paesi europei (in Germania 22,4 milioni).

06.

Tonnellate di CO₂ e di rifiuti per milione di Euro prodotto

FONTE | Fondazione Symbola e Unioncamere, GREENITALY (2013)



ITALIA
22 / 32

GERMANIA
32 / 32

FRANCIA, REGNO UNITO
16 / 32

LA CREATIVITÀ È IL MOTORE DELLA QUALITÀ DEL MADE IN ITALY

La creatività è uno dei motori della competitività delle nostre imprese. Ce lo dicono i brevetti comunitari di design: dopo la Germania - che nelle 32 classi di brevetti di design europei, appunto, arriva sempre prima seconda o terza per numero di progetti depositati - l'Italia è il paese che fa meglio di tutti gli altri vicini europei, piazzandosi sul podio in 22 classi. Francia e Regno Unito si fermano, invece, a 16. Alla Spagna non toccano posti sul podio. Inoltre, la nostra vocazione creativa appare estremamente diffusa: oltre il 60% delle aziende dichiara di aver impiegato il contributo di professionalità strettamente collegate al mondo della creatività. E ciò vale anche per il 58% delle piccole imprese: una quota, pienamente sovrapponibile al resto delle aziende, che testimonia della capacità innovativa delle nostre PMI.

07.

Numero di primi, secondi o terzi posti, per numerosità di brevetti di design comunitario, in ciascuna delle 32 classi, 2010 - 2014

OGNI EURO PRODOTTO DALLA CULTURA NE ATTIVA IN MEDIA ALTRI **1,7** SUL RESTO DELL'ECONOMIA. IL MOLTIPLICATORE VARIA A SECONDA DEI SETTORI.



INDUSTRIE CREATIVE

2,1



PATRIMONIO STORICO-ARTISTICO

2,0



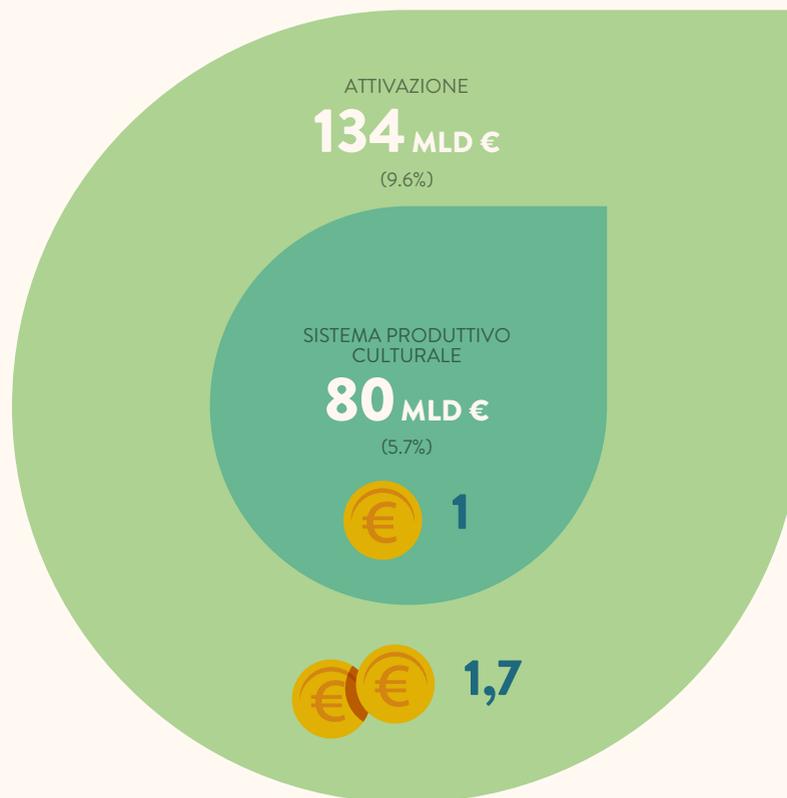
INDUSTRIE CULTURALI

1,2



ARTI DELLO SPETTACOLO

1,2



TOTALE FILIERA CULTURA

214 MLD €

(15,3%)

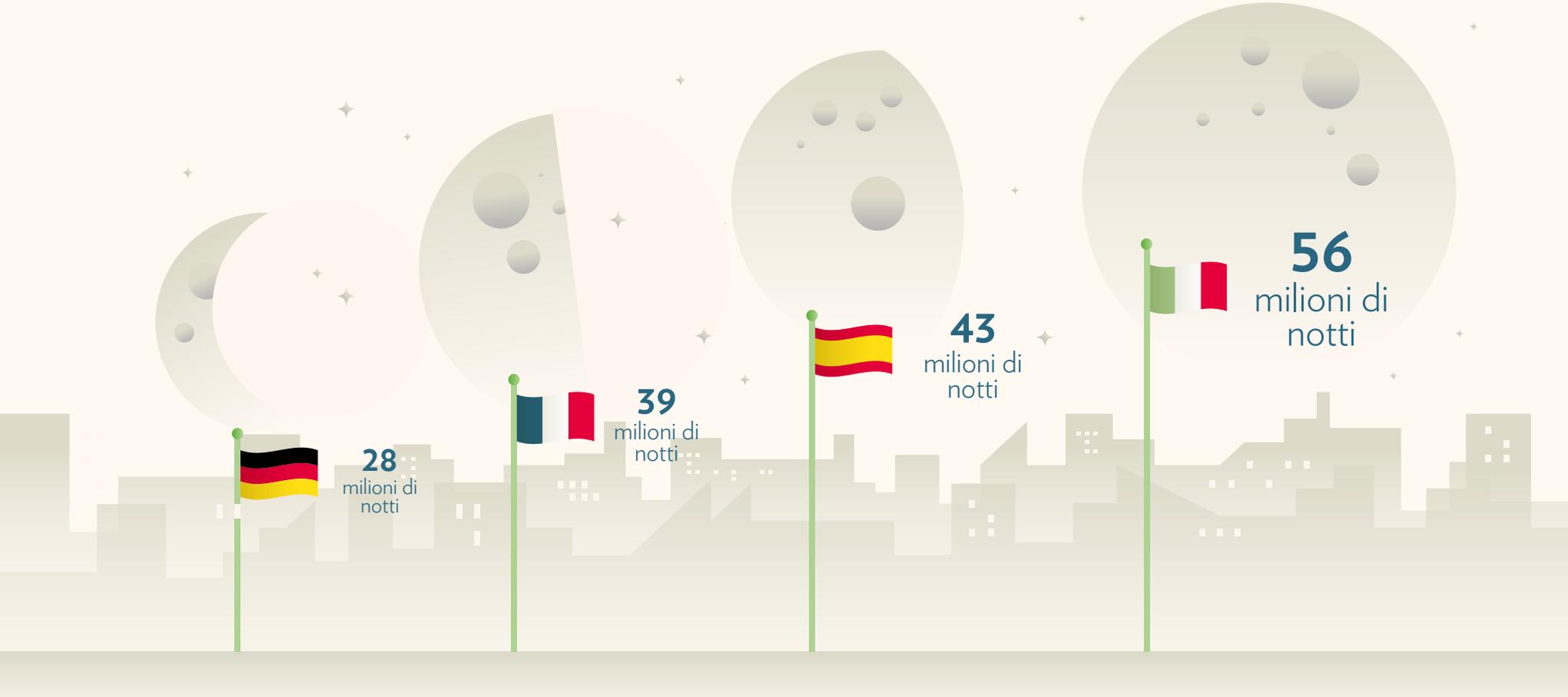
LA CULTURA TIRA LA VOLATA ALL'ECONOMIA ITALIANA

Alla filiera della cultura - 443.458 aziende, il 7,3% del totale nazionale, composte nel 96,4% dei casi da imprese con meno di 10 addetti - l'Italia deve 80 miliardi di Euro, il 5,7% della ricchezza prodotta. Questi 80 miliardi ne mettono in moto altri 134 nel resto dell'economia, che cresce di 1,7 Euro per ogni euro prodotto dalla cultura. Si arriva così a 214 miliardi, il 15,3% del valore aggiunto nazionale.

Dati: lo sono cultura - l'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi. Rapporto 2014

08.

Valore aggiunto della filiera creativa e culturale (imprese, istituzioni, no profit).
Attivazione sul resto dell'economia, 2013, mld €



L'ITALIA È LA **META DELL'EUROZONA** PREFERITA DAI **TURISTI EXTRAEUROPEI**

L'Italia è il 1° paese dell'eurozona per numero di pernottamenti di turisti extra-UE, con 56 milioni di notti nel 2013 (+13 milioni rispetto alla Spagna). Siamo il 1° paese europeo per numero di pernottamenti di turisti cinesi (2,8 mln), coreani del sud (750 mila), giapponesi (2,8 mln), brasiliani (1,8 mln), australiani (2,3 mln), statunitensi (11,7 mln) e canadesi (2 mln).

09.

Pernottamenti di turisti extra-europei nell'eurozona, 2013

FONTE | Unioncamere, Fondazione Edison e Fondazione Symbola, 10 VERITÀ SULLA COMPETITIVITÀ ITALIANA



I PRODOTTI AGROALIMENTARI ITALIANI DOMINANO SUI MERCATI MONDIALI

Tra i prodotti dell'agroalimentare italiano ben 23 non hanno rivali sui mercati internazionali. Dalla pasta a pomodori e altri ortaggi, da aceto e olio, a fagioli e ciliegie: tutti prodotti per i quali il nostro Paese vanta le maggiori quote di mercato mondiale. E ce ne sono altri 54 per i quali siamo secondi o terzi. Nonostante la contraffazione e la concorrenza sleale dell'Italian sounding, siamo sul podio nel commercio mondiale, insomma, per ben 77 prodotti. Questo anche grazie al fatto che la nostra agricoltura ha scelto la qualità, anche dal punto di vista ambientale. Con 814 tonnellate per ogni milione di Euro prodotto dal settore, l'agricoltura italiana emette il 35% di gas serra in meno della media UE (12% in meno della Spagna, 39% della Germania). Con 43.852 imprese biologiche (il 17% di quelle europee) siamo i campioni UE del settore. E vantiamo il minor numero di prodotti con residui chimici (0,2%), quota inferiore di quasi 10 volte rispetto alla media europea (1,9%).

Dati: 10 Verità sulla competitività italiana – Focus sul settore agroalimentare

10.

Prodotti nei quali l'Italia detiene le prime posizioni al mondo in termini di quote di mercato



Confederazione Nazionale *dell'Artigianato*
e della Piccola e Media Impresa