

WPP

 The European House
Ambrosetti

Il ruolo della comunicazione
per la società di domani

**Innovazione e tecnologia
per comunicare l'Italia di domani**

Giovedì 17 novembre 2022, Officine del Volo, Milano
Dalle ore 9.30 alle ore 12.15

Forum WPP | The European House – Ambrosetti



Valerio De Molli, Managing Partner & CEO
The European House - Ambrosetti

Il ruolo della comunicazione per la società di domani

Generare valore e cambiamento culturale

Innovazione e tecnologia per comunicare l'Italia di domani

Rilanciare il Paese tramite innovazione e tecnologia

Valerio De Molli - Managing Partner & CEO, The European House – Ambrosetti

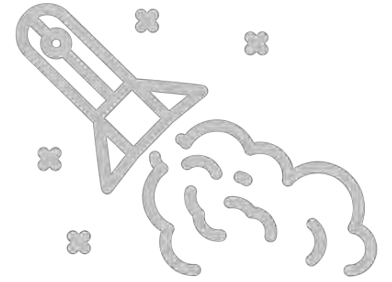
Forum WPP | The European House – Ambrosetti, 17 novembre 2022



Agenda

- **Missione, metodologia e percorso di lavoro dell'Advisory Board WPP | The European House – Ambrosetti**
- Rilanciare il Paese tramite innovazione e tecnologia
 - Le criticità strutturali dell'Italia e la sfida della digitalizzazione
 - I punti di forza dell'ecosistema digitale in Italia da cui ripartire
 - Le tecnologie e il digitale come leve per lo sviluppo e l'attrattività del Sistema-Paese

La missione dell'Advisory Board WPP | The European House – Ambrosetti, nato nel 2012, è la seguente:

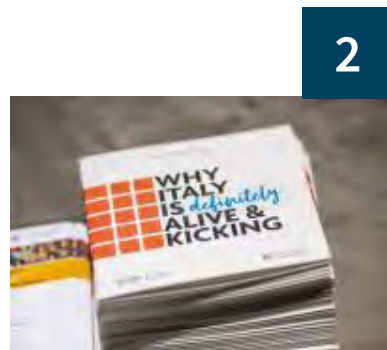


Ingaggiare i decisori e la business community in riflessioni di alto livello sui principali trend e cambiamenti che interessano il Paese, al fine di **indirizzare in modo consapevole le strategie e le decisioni di investimento degli operatori del settore della comunicazione** e creare valore, occupazione e crescita

I pilastri metodologici



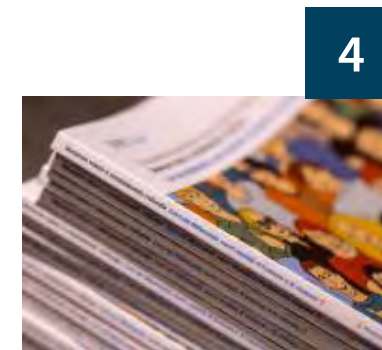
ADVISORY BOARD



WHY ITALY IS DEFINITELY ALIVE AND KICKING



DOCUMENTI DI BRIEFING



POSITION PAPER



FORUM DI PRESENTAZIONE

I membri dell'Advisory Board 2022



Massimo Beduschi

Italy Chairman,
WPP



Valerio De Molli

Managing
Partner & CEO,
The European
House –
Ambrosetti



Maximo Ibarra

CEO & General
Manager,
Engineering



Fabio Lazzerini

CEO,
Ita Airways



Camilla Lunelli

Direttrice della
Comunicazione
e dei Rapporti
Esterni,
Cantine Ferrari



Simona Maggini

Italy Country
Manager,
WPP



Elisa Pagliarani

General
Manager,
Glovo Italy



Marco Travaglia

Amministratore
Delegato,
Nestlé Italia e
Malta

Oggi presentiamo il pamphlet "Why Italy is Definitely Alive and Kicking" che ogni anno celebra aziende ad alto impatto per l'Italia



WPP distribuisce il rapporto a oltre 50.000 destinatari **in più di 50 Paesi** e, insieme a The European House – Ambrosetti, lo pubblica sui social network e lo rende disponibile alla classe dirigente italiana ed europea

2 Le 10 aziende del «Why Italy is Definitely Alive and Kicking 2022»

Criteri di scelta

- 1 Grandi aziende e multinazionali investitrici
 - Realtà italiane e internazionali di successo e consolidate che si distinguono per la capacità di **generare impatti economici, sociali e ambientali positivi**, garantendo la **crescita dei territori**
- 2 Imprese con imprenditrici femminili al Vertice
 - Imprese nazionali e internazionali fondate o dirette da **imprenditrici femminili**
- 3 Imprese di giovani talenti
 - Aziende italiane e internazionali **fondate da giovani** che si distinguono per l'**elevata rilevanza socio-ambientale** delle proprie attività economiche e per il **contributo all'innovazione** per il mercato di riferimento

AZIENDE VINCITRICI

Atos

BENDING SPOONS

bticino

Cortilia
la campagna a casa tua

Galbusera

Glovo

MSC
CROCIERE

MULAN

musixmatch

Pomellato
MILANO 1967

Le riflessioni dell'Advisory Board sono state diffuse tramite tre documenti di briefing ...

1

Lo scenario e il ruolo delle tecnologie e della comunicazione per l'individuo e la società

*Sintesi del secondo Advisory Board WPP | The European House – Ambrosetti
Milano, martedì 31 maggio 2022*



2

I nuovi standard tecnologici e le opportunità di sviluppo e crescita per il Sistema-Azienda

*Sintesi del terzo Advisory Board WPP | The European House – Ambrosetti
Milano, martedì 13 settembre 2022*



3

Gli ecosistemi dell'innovazione, le infrastrutture e le prospettive per il Sistema-Paese

*Sintesi del quarto Advisory Board WPP | The European House – Ambrosetti
Milano, giovedì 13 ottobre 2022*



... che sono stati consolidati nel Position Paper in doppia lingua presentato oggi



Circa **4.500** copie cartacee del rapporto diffuse negli anni in Italia e nelle sedi estere di WPP

Oggi va in onda l'11° edizione del Forum WPP | The European House – Ambrosetti



>2.500
partecipanti

>160
relatori

100
aziende
premate per il
*Why Italy is Alive
and Kicking*

Negli ultimi 11 anni

Agenda

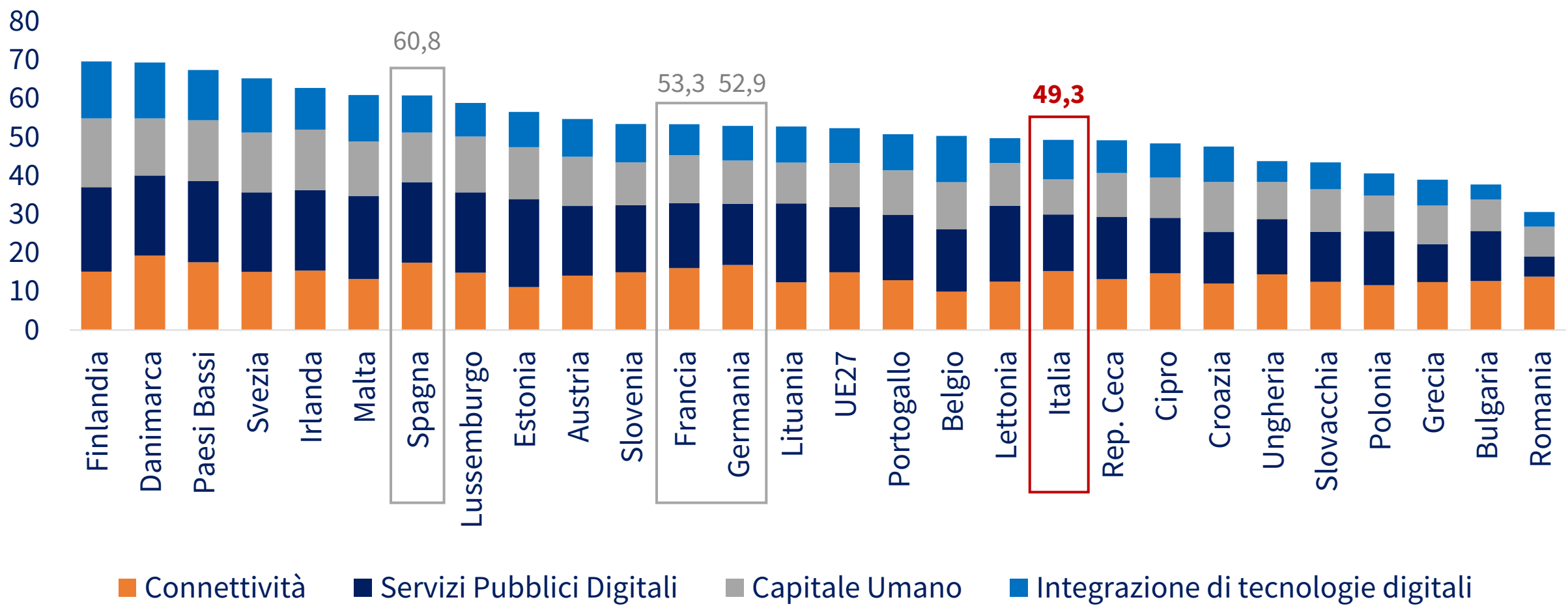
- Missione, metodologia e percorso di lavoro dell'Advisory Board WPP | The European House – Ambrosetti
- **Rilanciare il Paese tramite innovazione e tecnologia**
 - **Le criticità strutturali dell'Italia e la sfida della digitalizzazione**
 - I punti di forza dell'ecosistema digitale in Italia da cui ripartire
 - Le tecnologie e il digitale come leve per lo sviluppo e l'attrattività del Sistema-Paese

Oltre alle diverse sfide dello scenario globale, l'Italia è chiamata ad affrontare 8 criticità strutturali



Il punto di partenza: l'Italia è 18° in UE-27 nel DESI della Commissione Europea, ultima tra le grandi economie d'Europa

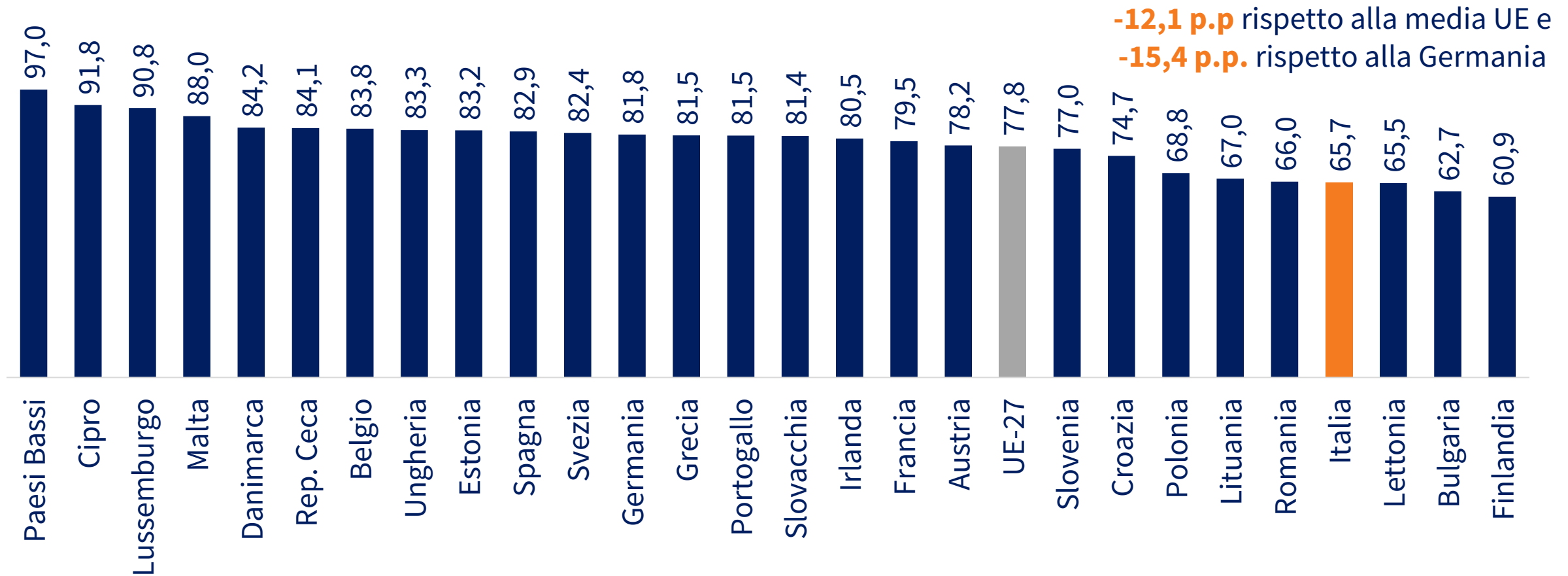
Digital Economy and Society Index (DESI), edizione 2022



Un tema critico è quello della connettività digitale, a causa di una adozione limitata da parte della popolazione...

Connettività

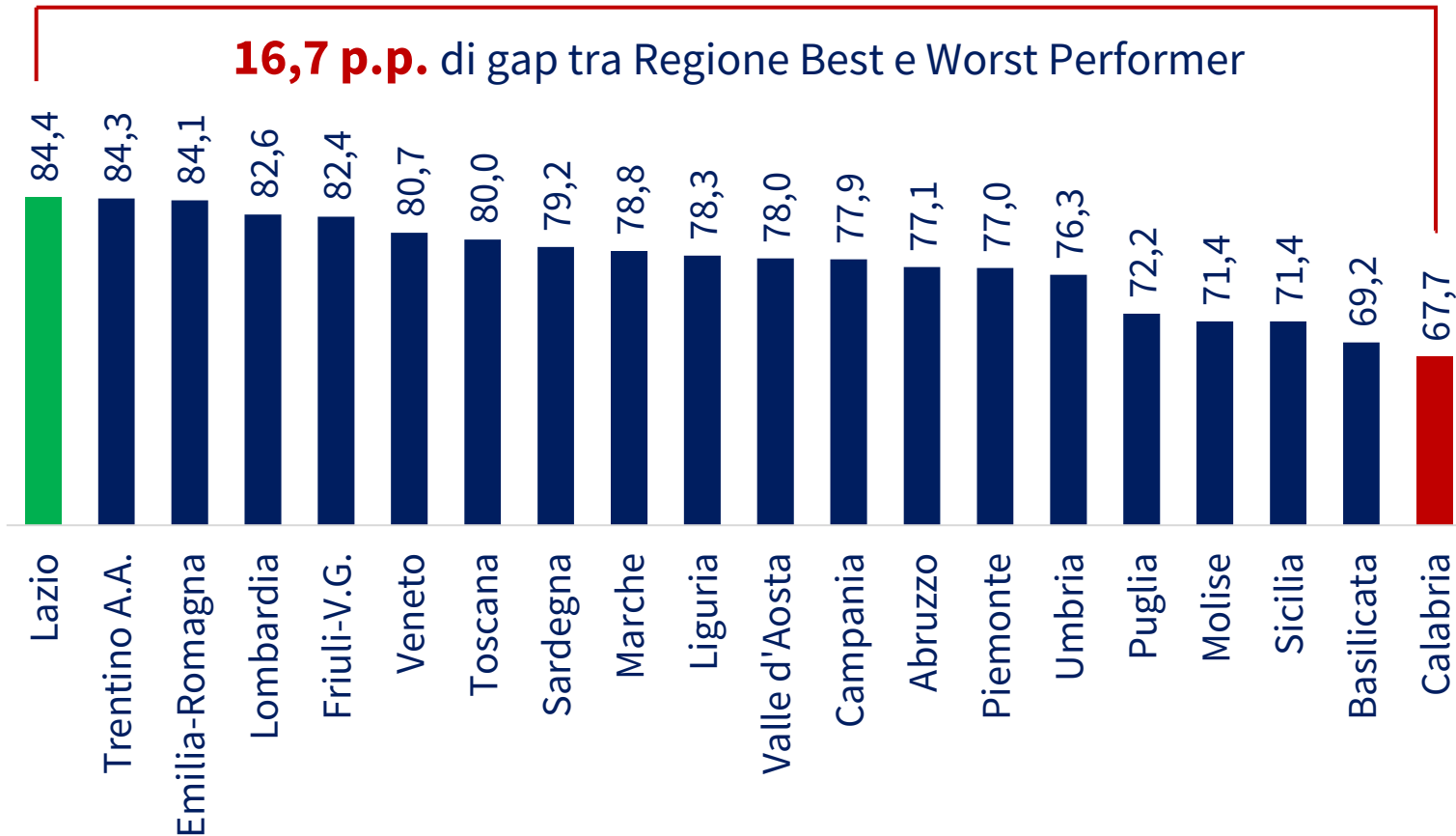
Adozione della Banda Larga fissa (% di famiglie), 2021



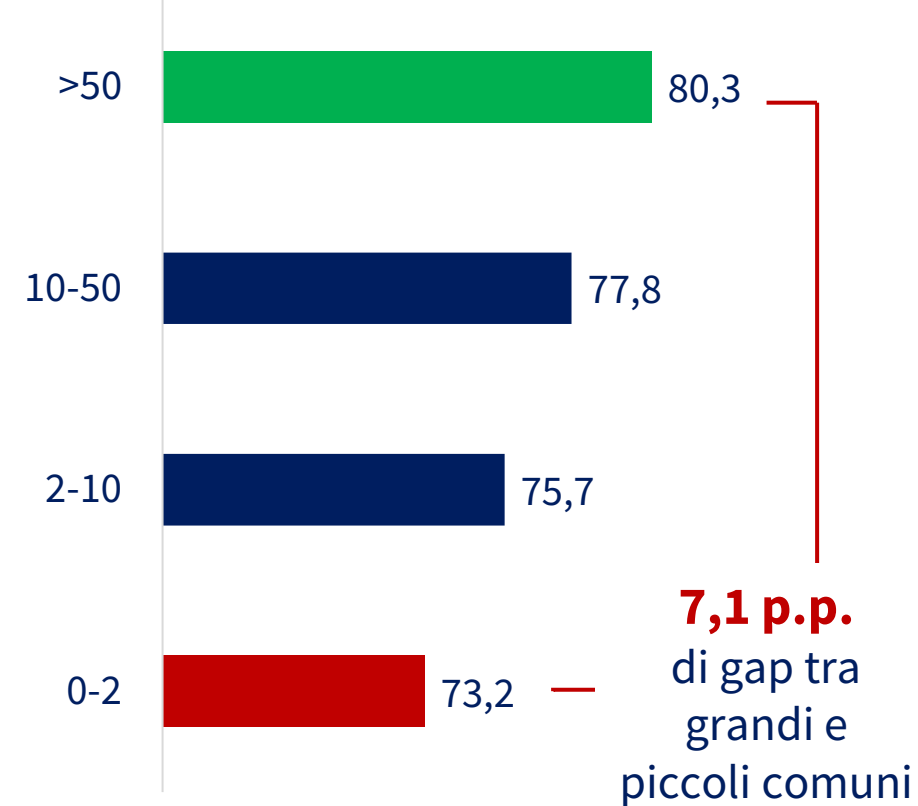
... ma anche di una eterogeneità territoriale, che genera importanti divari nelle opportunità di crescita

Connettività

Famiglie che hanno accesso a internet in Italia (%), 2020



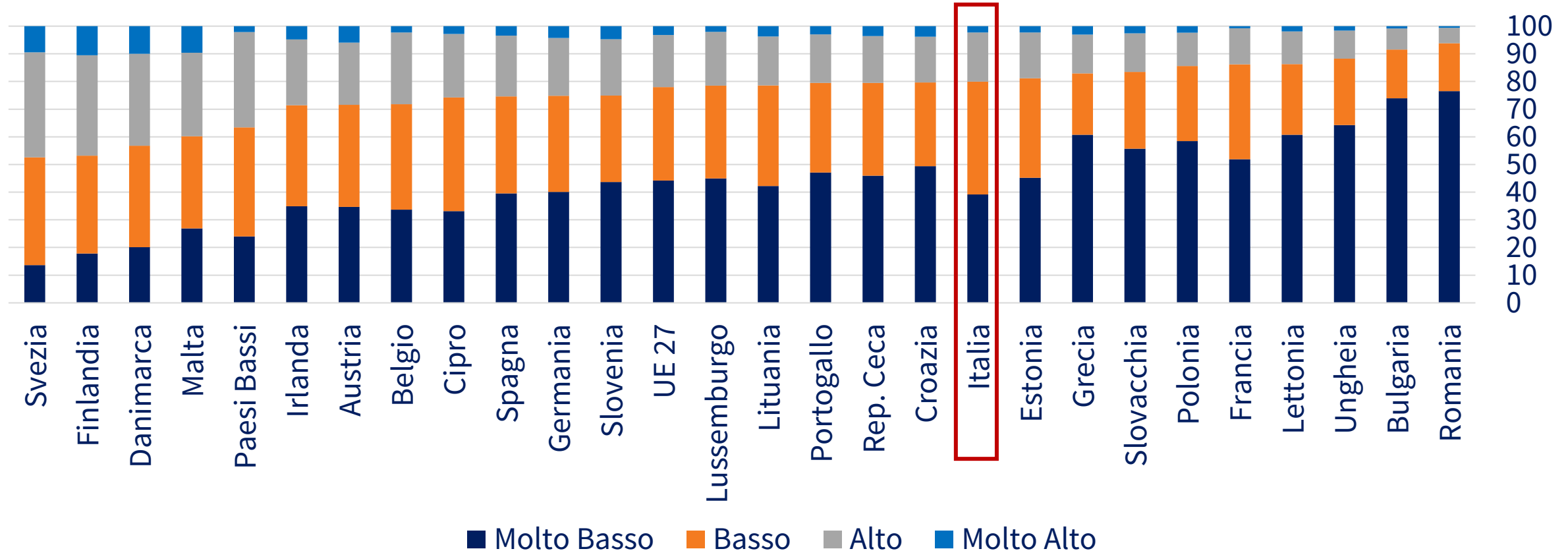
Famiglie che hanno accesso a internet per dimensione del comune di residenza in Italia in migliaia di abitanti (%), 2020



L'Italia è 18° in UE per digitalizzazione delle imprese: l'80% delle imprese ha un livello di digitalizzazione basso o molto basso...

Imprese per livello di Digital Intensity* in UE 27 (%), 2021

Imprese

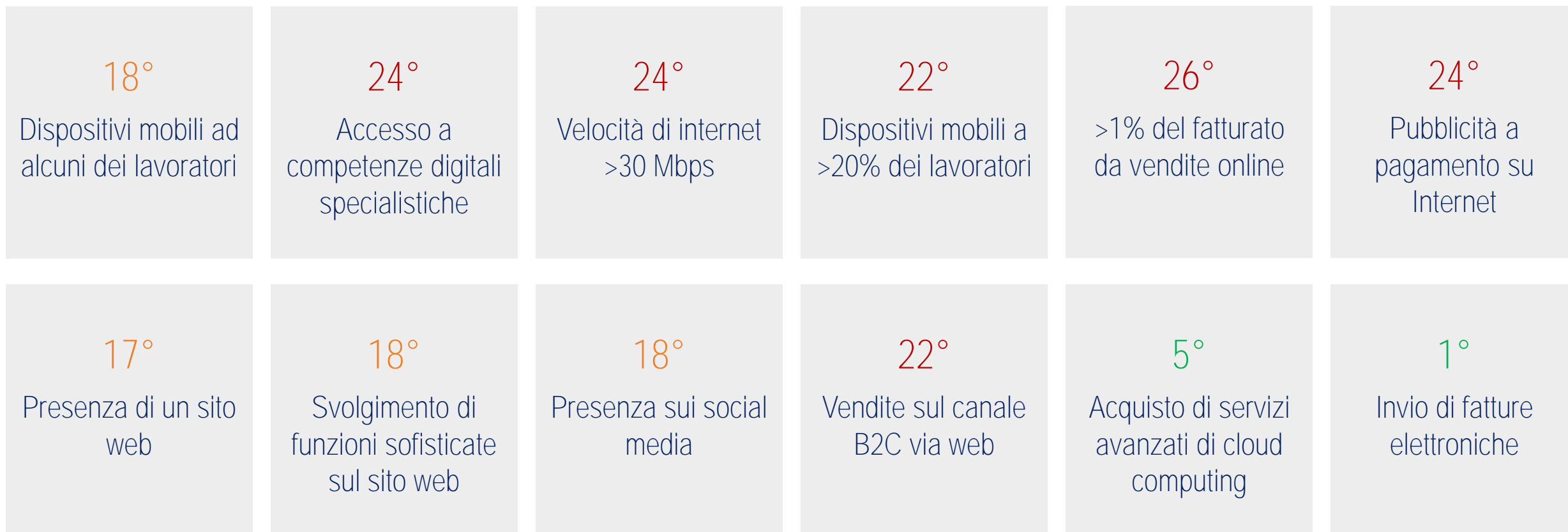


(*) Il Digital Intensity Index è un indicatore che conta, su un totale di 12 KPI, quanti sono soddisfatti a livello di impresa. I 12 KPI considerati sono: utilizzo di internet da parte di >50% dei lavoratori; competenze specialistiche ICT; velocità della banda larga fissa > 30 Mbps; dispositivi mobili utilizzati da più del 20% degli occupati; sito web; funzioni sofisticate sul sito web; presenza sui social media; vendite online >1% del fatturato; pubblicità a pagamento su internet; cloud computing; fatture elettroniche.

...e – in 6 sui 12 KPI considerati nell'indice di Digital Intensity – l'Italia si trova nelle ultime 6 posizioni

Imprese

Posizione dell'Italia nei 12 indicatori di Digital Intensity del DESI, 2021

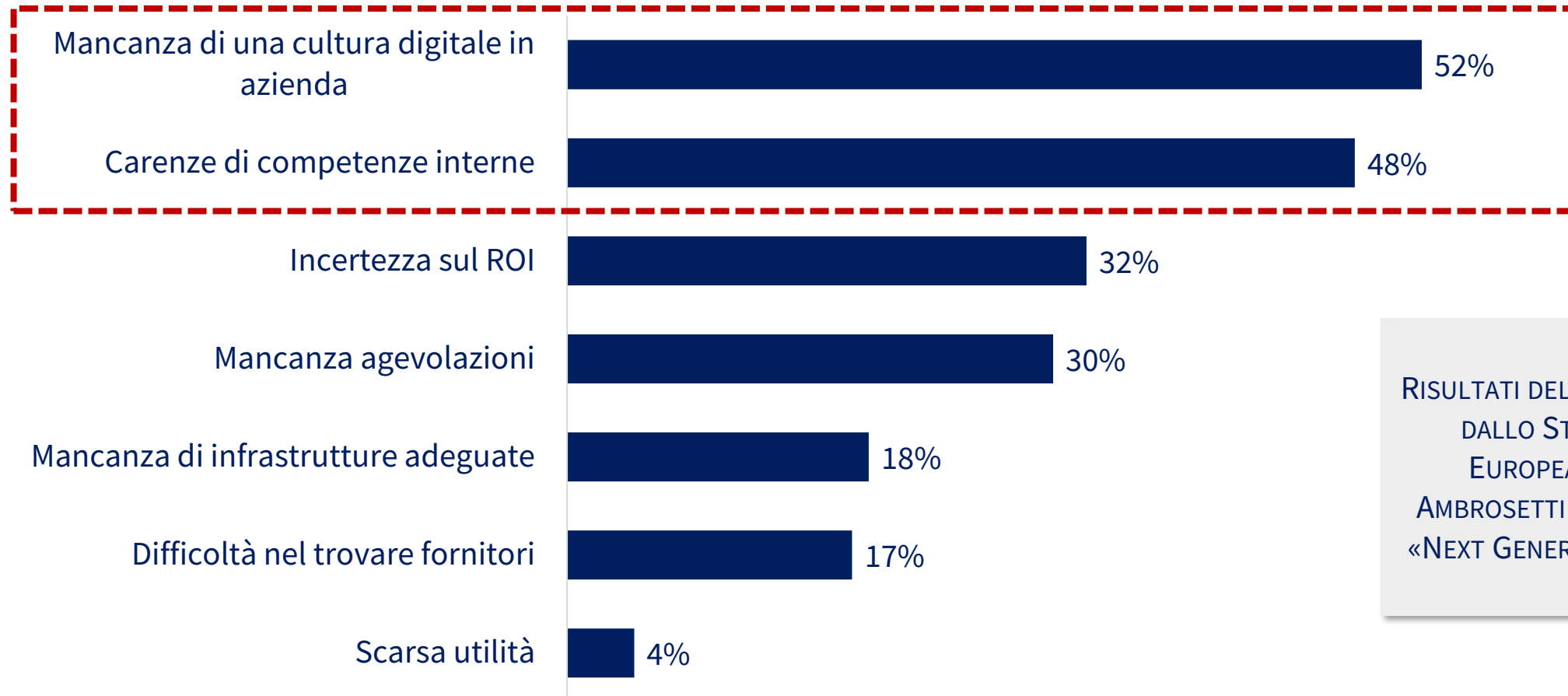


Legenda ■ 1° - 9° posto in UE ■ 10° - 18° posto in UE ■ 19° - 27° posto in UE

La mancanza di cultura digitale e la carenza di competenze sono tra i maggiori freni alla digitalizzazione delle imprese ...

In quali ambiti avete riscontrato difficoltà nell'inserimento delle nuove tecnologie digitali?

(scelta multipla)



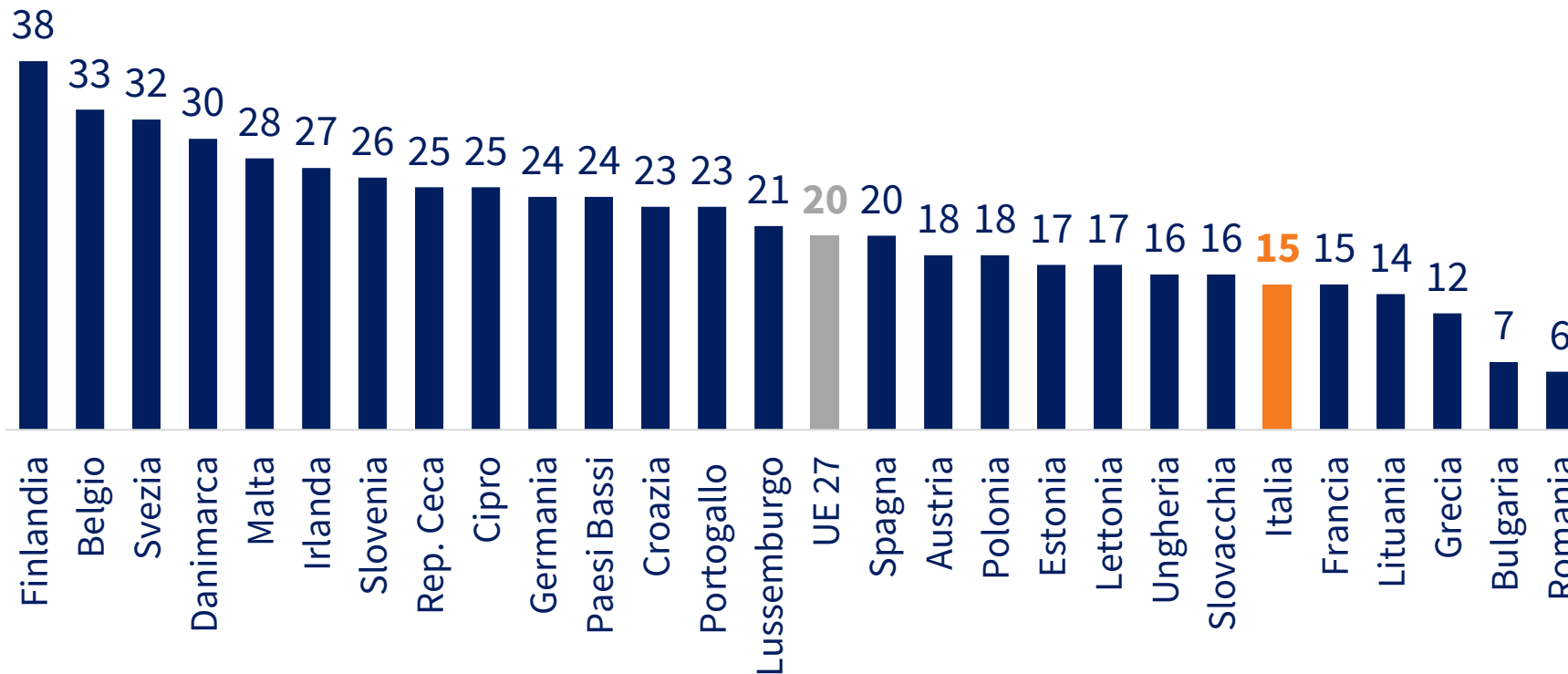
RISULTATI DELLA SURVEY TRATTI
DALLO STUDIO DI THE
EUROPEAN HOUSE –
AMBROSETTI PER MICROSOFT
«NEXT GENERATION DIGITALY»

... limitate anche dalla attività di formazione digitale interna alle aziende, effettuata solo dal 15% delle imprese (-4 p.p. vs 2019)

Capitale Umano

Imprese che hanno offerto corsi ICT ai propri dipendenti

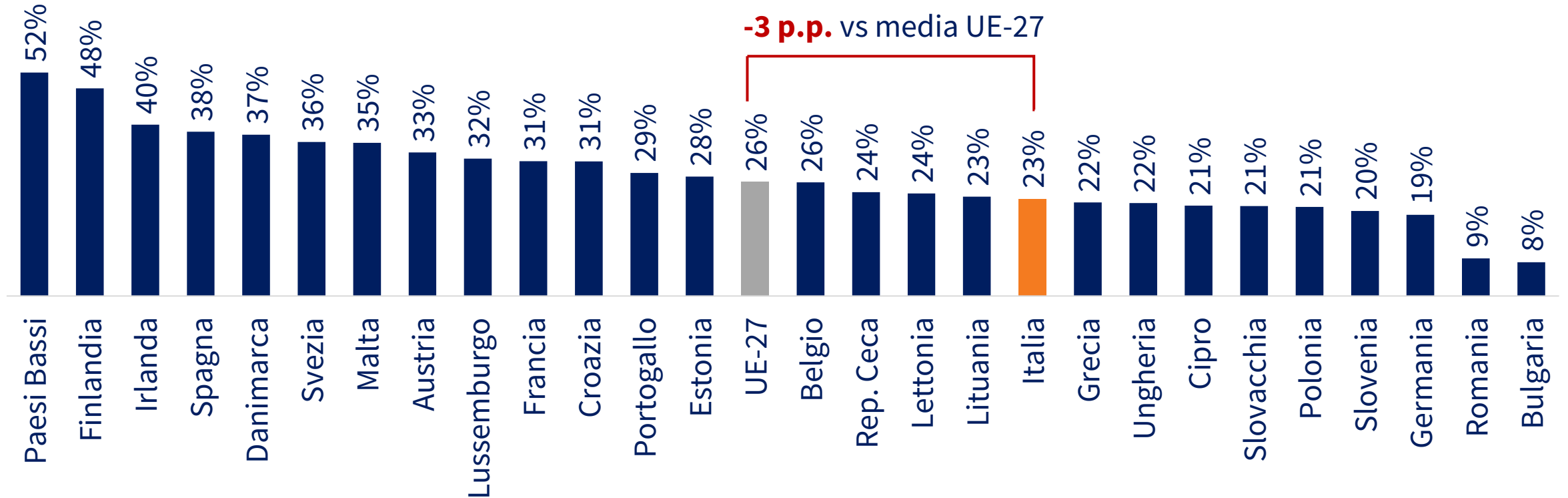
(%), 2020



- Durante il 2020, **6,6 milioni di lavoratori** hanno iniziato a **lavorare da remoto**, a causa delle restrizioni dovute alla pandemia
- Nello stesso anno, per mancanza di risorse, le **imprese italiane che hanno erogato formazione ICT sono diminuite di 4 p.p.** (vs. -3 p.p. in UE-27)

La carenza di competenze digitali caratterizza tutta la popolazione italiana nel suo complesso (18° in UE-27)...

Persone con competenze digitali superiori a quelle di base (%), 2021



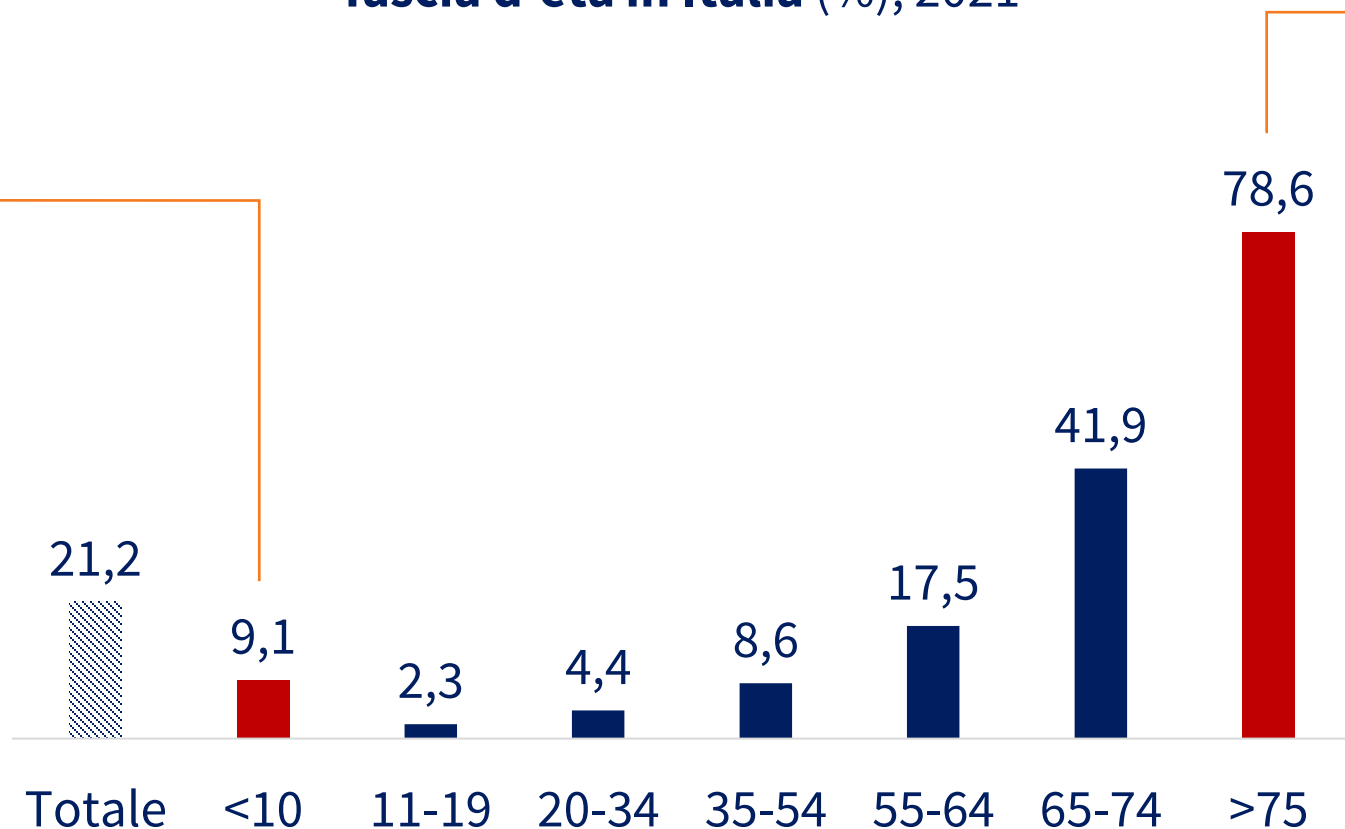
(*) Persone con competenze digitali superiori a quelle di base in ciascuna delle seguenti dimensioni: informazione, comunicazione, problem solving e software per la creazione di contenuti (misurata dal numero di attività realizzate nei 3 mesi precedenti).

Fonte: elaborazioni The European House – Ambrosetti su dati DESI, 2022

...con tassi di adozione eterogenei: 9 bambini su 10 usano Internet, mentre 8 anziani su 10 non lo fanno

Capitale Umano

Individui che **NON** utilizzano* internet per fascia d'età in Italia (%), 2021



Sfide in termini di **educazione per i più piccoli a un corretto utilizzo delle tecnologie e di valutazione dei potenziali impatti** (il **24,1%** degli episodi di violenze e bullismo tra i giovani si verifica online)

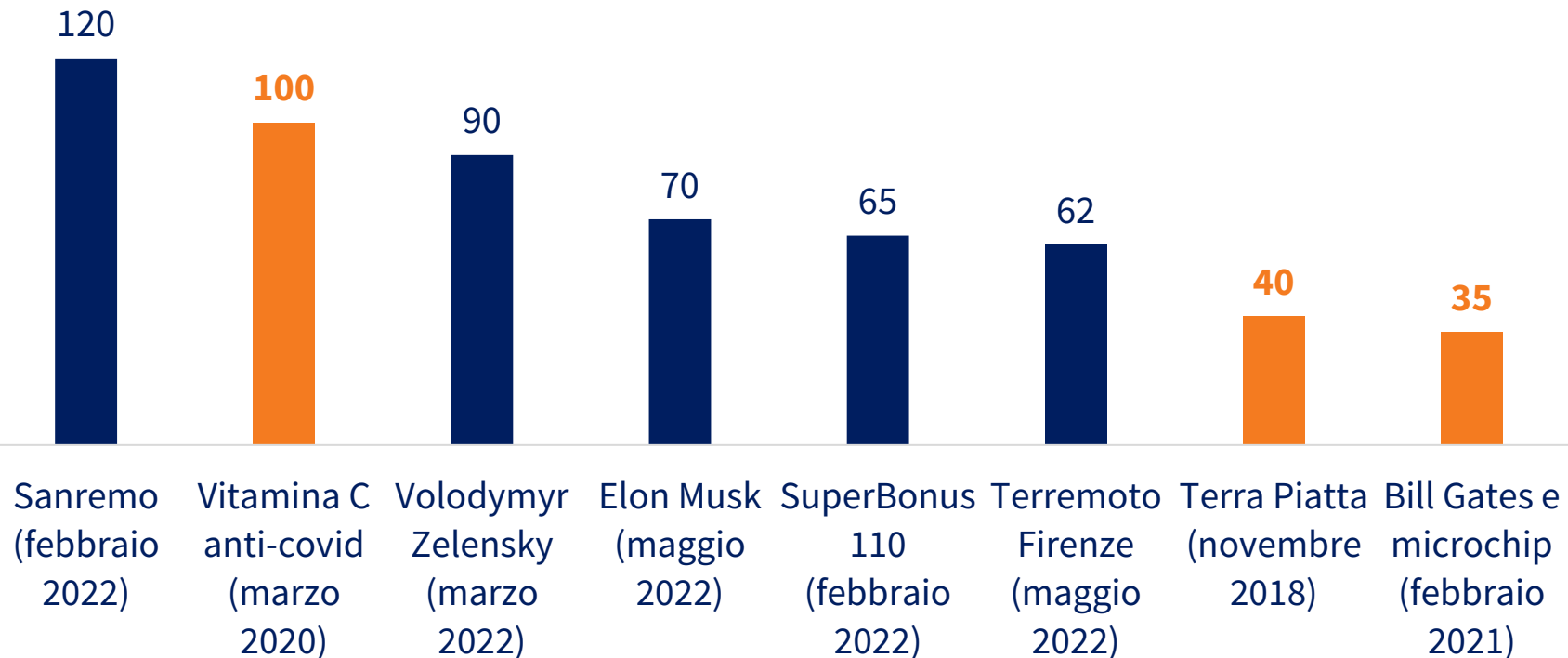
Sfide per **l'inclusione digitale**, in primis in termini di **accesso ai servizi pubblici digitali** (solo il **14%** degli **over-75** è dotato di SPID*, vs. **87%** nella fascia 18-24 anni)

(*) Individui che non hanno fatto accesso a internet negli ultimi tre mesi (**) Il Sistema Pubblico di Identità Digitale (SPID) è un'identità digitale che permette di accedere ai servizi online della pubblica amministrazione e dei privati aderenti
Fonte: elaborazioni The European House – Ambrosetti su dati Istat, 2022

La mancanza di competenze può alimentare i rischi connessi alla disinformazione, in primis tramite la diffusione di fake news

Capitale Umano

Numero di ricerche nel giorno di massimo per alcune fake news (arancione) e termini di ricerca oggettivi comparabile (blu)
(migliaia di ricerche/giorno), 2018-2020

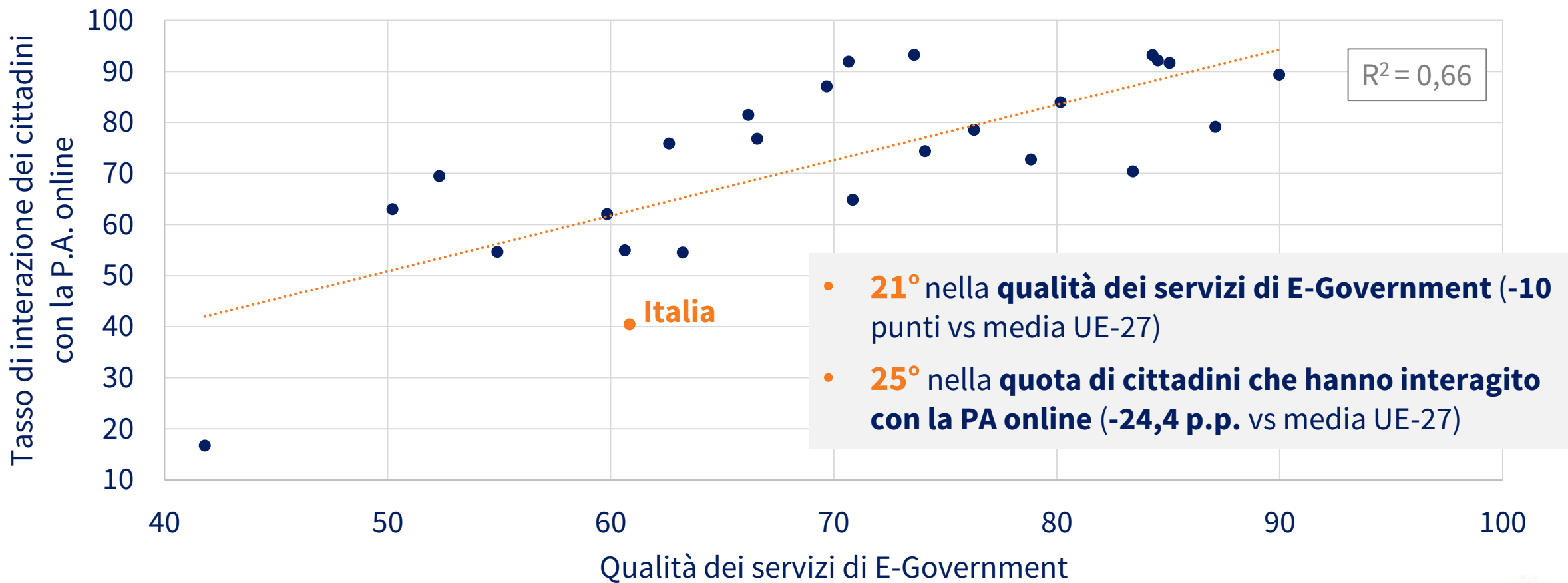


- Il **60%** degli italiani ritiene **più affidabile una notizia se condivisa** da un numero elevato di utenti
- L'**82%** degli Italiani **non sa riconoscere una notizia vera da una falsa**
- **7 italiani su 10** si informano **esclusivamente tramite fonti gratuite** e solo **1 su 4 è disposto a pagare** per accedere ad informazioni di cui si fida

I tassi di interazione dei cittadini online con la P.A. sono ridotti, anche per la bassa qualità dei servizi di E-Government

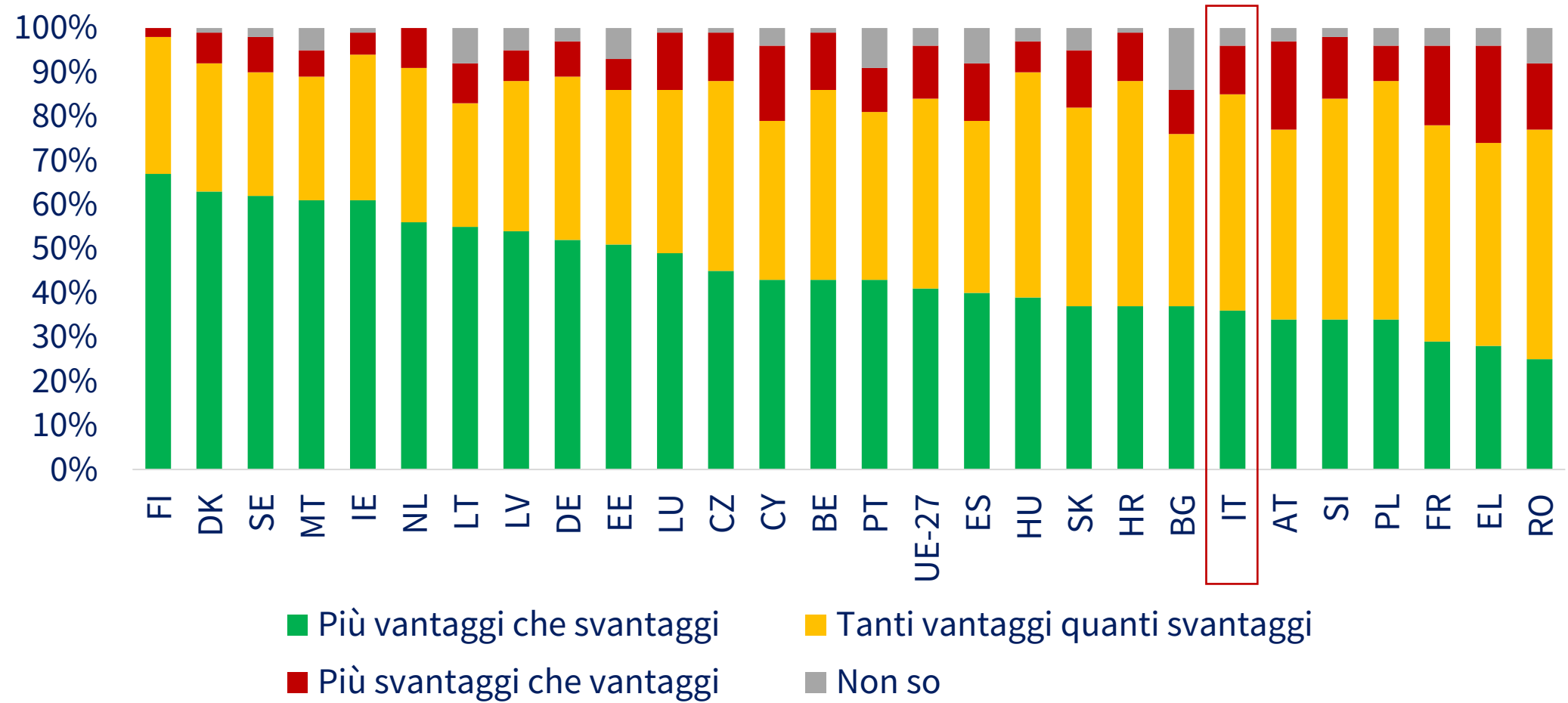
Pubblica Amministrazione

Tasso di interazione dei cittadini con la P.A. online (asse verticale, %) e qualità dei servizi di E-Government (asse orizzontale, score) in UE-27, 2021



I gap digitali, inoltre, si riflettono in una consapevolezza limitata sui vantaggi delle tecnologie digitali e di Internet

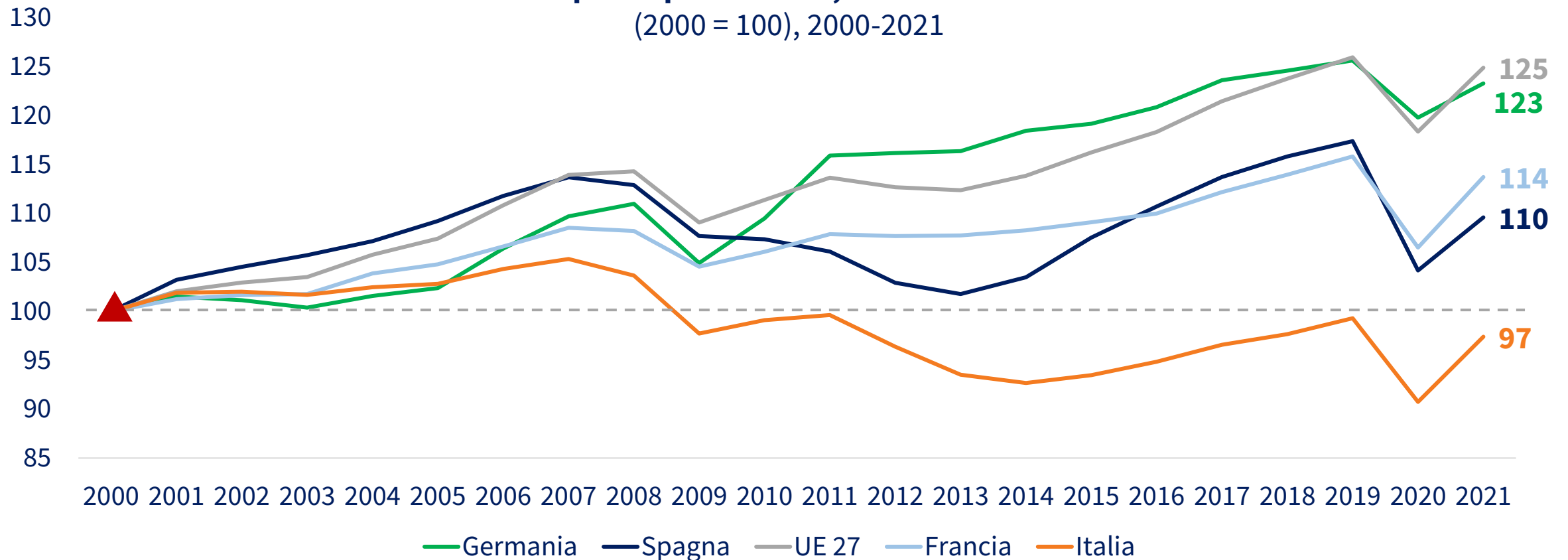
Risposte alla domanda **“Immaginandoti nel 2030, ritieni che l’utilizzo degli strumenti digitali e di Internet ti porteranno più vantaggi o svantaggi?”** (valori percentuali sul totale), 2021



Solo per il **36%** degli italiani la digitalizzazione porterà **più vantaggi che svantaggi** (5 p.p. in meno rispetto alla media europea)

Le criticità dell'Italia nell'adozione delle tecnologie e del digitale impattano anche sulla produttività, stagnante da oltre 20 anni...

Andamento del PIL pro-capite in Italia, in UE27 e nei Paesi Benchmark
(2000 = 100), 2000-2021



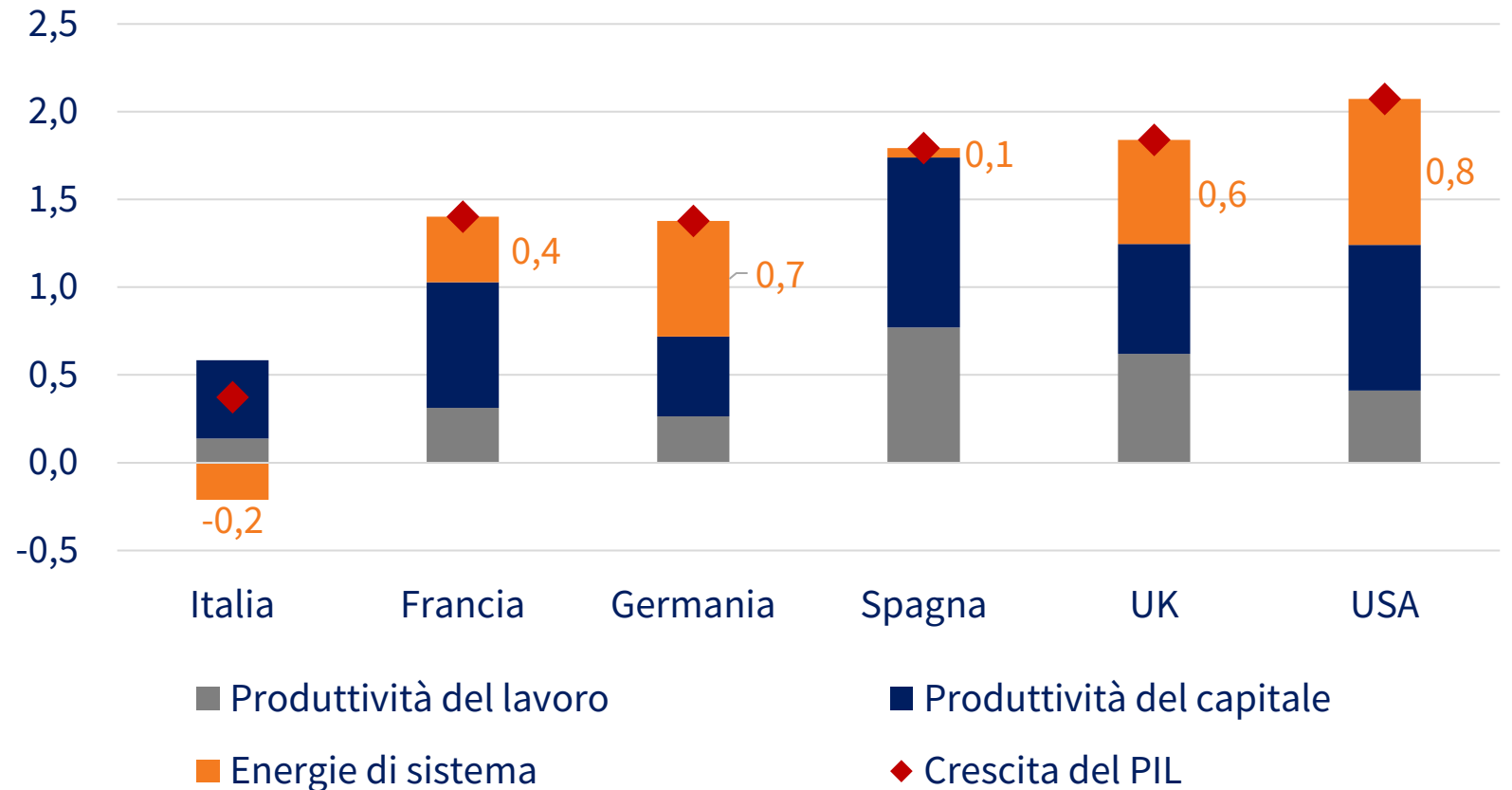
La produttività, in termini di PIL pro-capite, in Italia è ferma e non si è ancora riallineata ai livelli del 2000

...un trend influenzato in modo significativo dalle basse energie di sistema

Energie di sistema

Si tratta della componente residuale della crescita non dovuta a variazioni di efficacia di lavoro e capitale, ma riconducibile a pratiche manageriali, digitalizzazione, regolamentazione e spillover positivi in termini di ambiente economico (ecosistema in cui operano le imprese)

Contributo delle diverse produttività alla crescita del PIL per Paese
(punti percentuali, media annua), 2000 - 2019



Agenda

- Missione, metodologia e percorso di lavoro dell'Advisory Board WPP | The European House – Ambrosetti
- **Rilanciare il Paese tramite innovazione e tecnologia**
 - Le criticità strutturali dell'Italia e la sfida della digitalizzazione
 - **I punti di forza dell'ecosistema digitale in Italia da cui ripartire**
 - Le tecnologie e il digitale come leve per lo sviluppo e l'attrattività del Sistema-Paese

Nonostante alcuni noti e rilevanti limiti, esistono almeno **10 motivi** che testimoniano l'esistenza di **un'Italia innovativa, tecnologica e digitale**, che occorre promuovere, valorizzare e comunicare in modo più efficace a livello mondiale

10 motivi per cui l'Italia è «definitively alive and kicking» anche in ambito tecnologico e digitale



1° Paese in UE 27 per imprese che inviano **fatture elettroniche** (95%) e **5°** per adozione di servizi di **cloud computing** (52%)



Forti investimenti nelle **tecnologie del futuro** (in primis **microchip**)



6° Paese al Mondo per **bilancia commerciale manifatturiera** (**113 miliardi di Dollari** nel 2021)



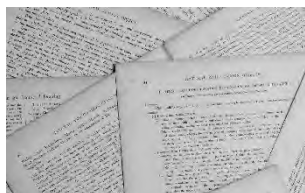
1° supercomputer al mondo a utilizzo industriale per capacità di calcolo (35.450 TFlop/s)



1° Paese in UE 27 per quota di famiglie che hanno **accesso alla rete 5G** (99,7%)



193.000 occupati e **4,2 miliardi di Euro** di investimenti nel **settore delle lifesciences**



1° Paese al Mondo per numero di **pubblicazioni** (72,8) e numero di **citazioni** (1.594) ogni 100 ricercatori



71,7% della popolazione con **identità digitale** prevista per il 2025



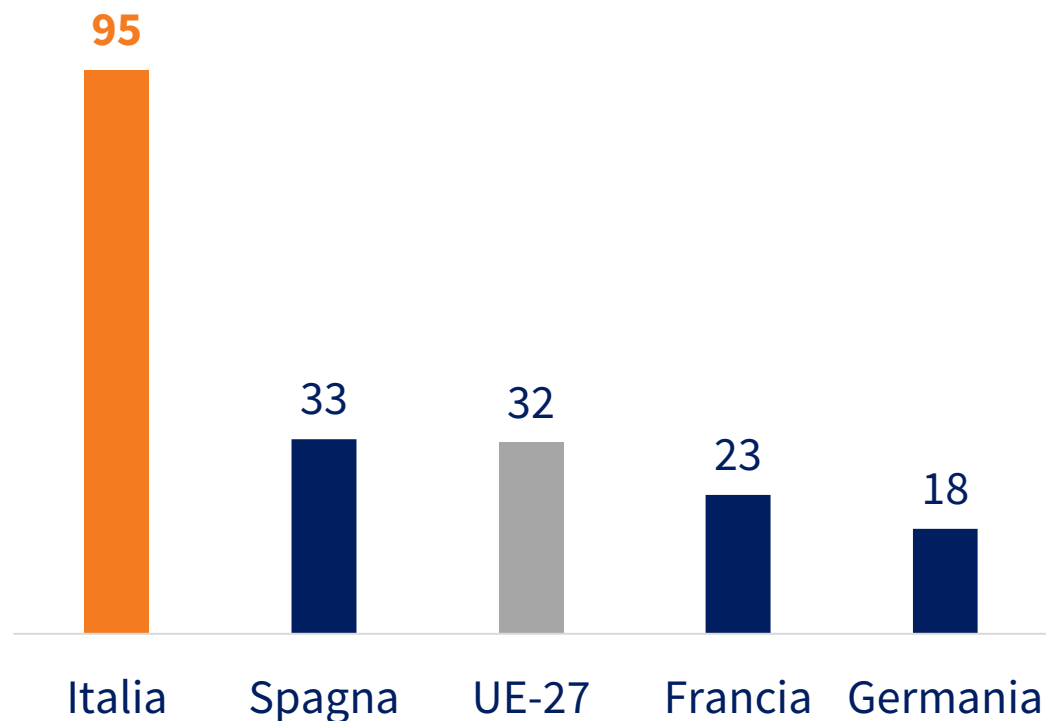
Sistema universitario e della ricerca di eccellenza nelle materie matematiche, scientifiche e tecniche



3° Paese in UE 27 per **numero di POS** ogni 1.000 abitanti (70,2)

L'Italia è 1° in UE-27 in termini di invio di fatture elettroniche da parte delle imprese e 5° per tasso di adozione del cloud

Imprese che hanno inviato fatture elettroniche
(% sul totale), 2021



Rank in
UE-27

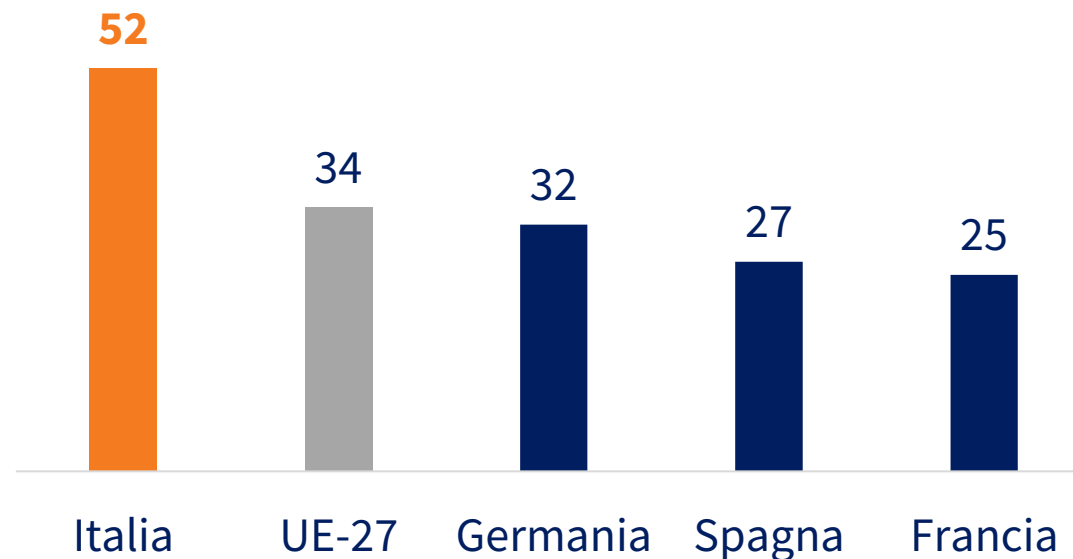
1

8

13

17

Imprese che hanno acquistato servizi avanzati di cloud computing
(% sul totale), 2021



5

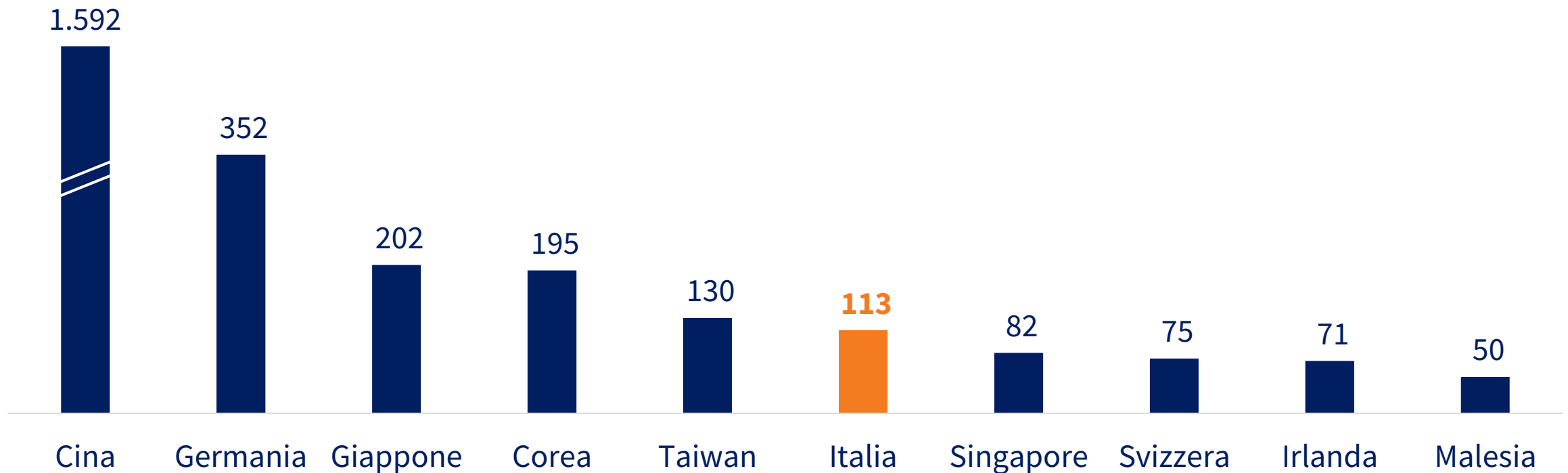
15

21

22

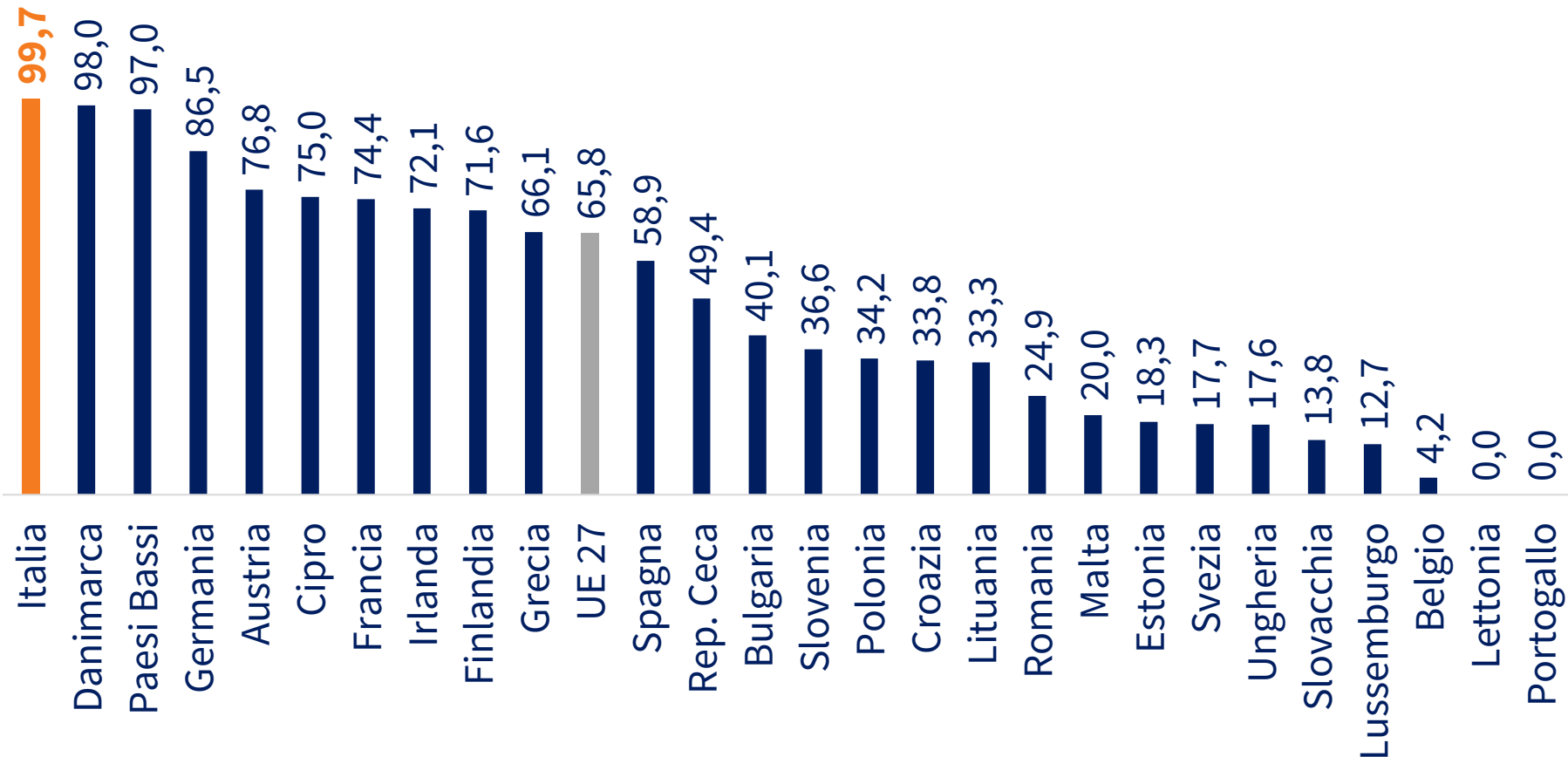
Grazie alla sua capacità tecnologica, l'Italia è il 6° Paese al mondo e 2° in Europa per bilancia commerciale manifatturiera

Top-10 dei Paesi per bilancia commerciale del settore manifatturiero nel mondo (miliardi di Dollari), 2021



In termini di copertura 5G, l'Italia nel 2022 si posiziona come 1° Paese in Europa

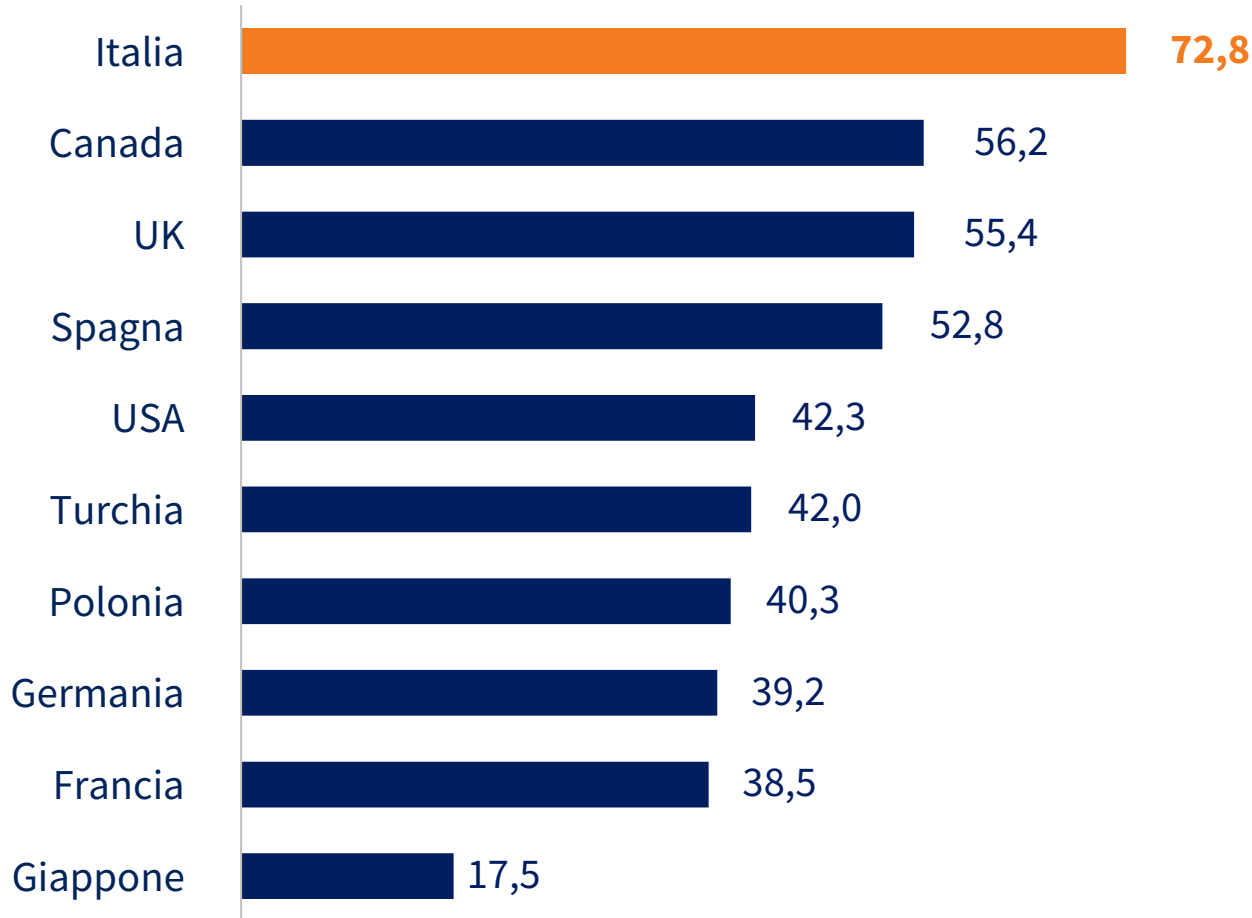
Copertura 5G nei Paesi UE 27
(% sul totale delle famiglie), 2022



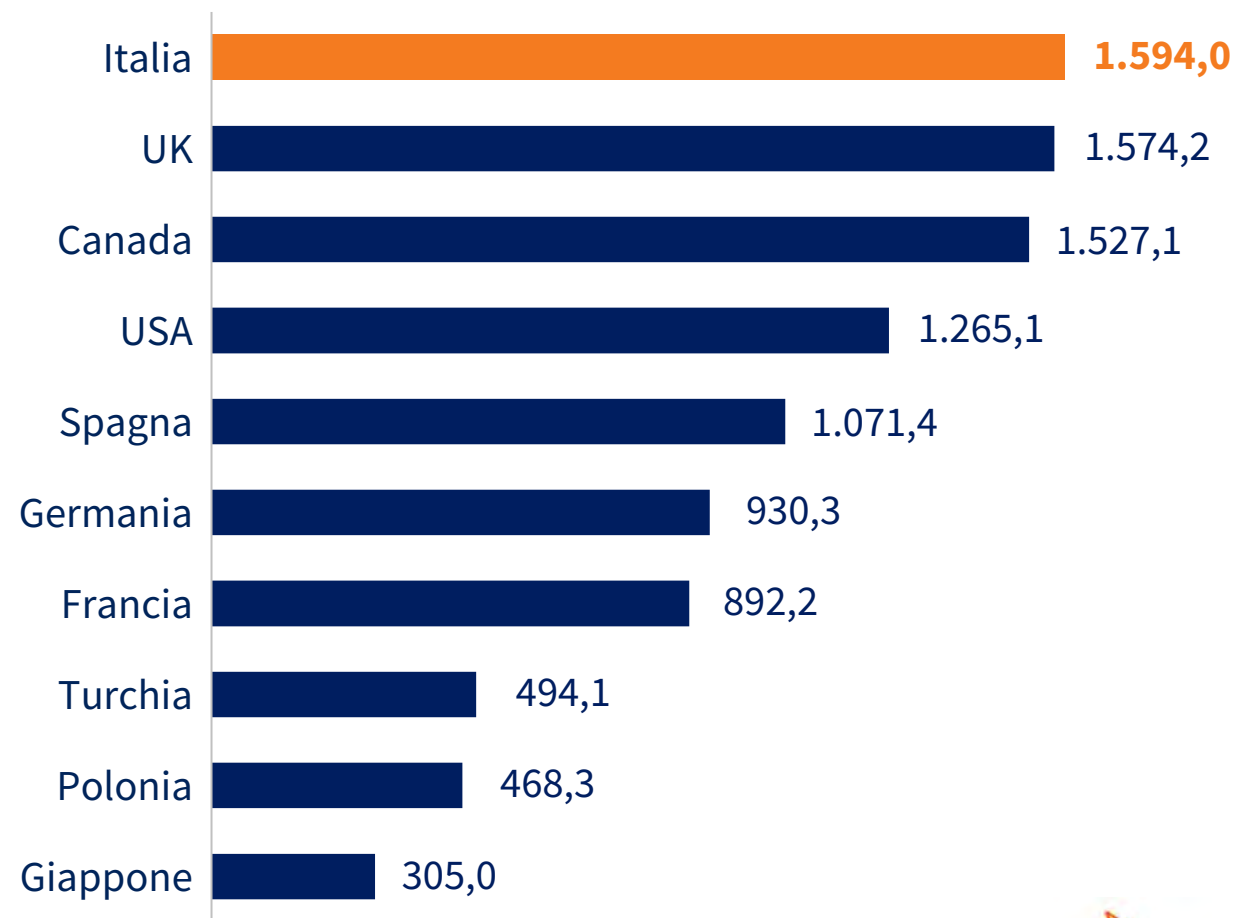
- La quasi totalità delle famiglie italiane hanno accesso alla rete 5G, **+33,9 p.p.** rispetto alla media UE 27
- Nel 2020, grazie alla connessione 5G, a Milano è stato svolto il **primo intervento chirurgico a distanza in Europa** (a 20 km) dal paziente, ad opera del professor Matteo Trimarchi

La ricerca scientifica italiana è la più produttiva a livello globale per pubblicazioni e per citazioni ogni 100 ricercatori

Numero di pubblicazioni ogni 100 ricercatori, primi 10 Paesi (valori assoluti), 1996-2019



Numero di citazioni ogni 100 ricercatori, primi 10 Paesi (valori assoluti), 1996-2019



L'Italia vanta posizioni di rilievo ed eccellenza nell'ambito della formazione universitaria a livello europeo



POLITECNICO
MILANO 1863

Il Politecnico di Milano è il **5°** miglior ateneo per **ingegneria** in Europa, **14°** per **computer science** e **14°** in **matematica**



L'Università di Padova è il **6°** miglior ateneo in Europa per **scienze dello spazio**



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

La Sapienza di Roma è il **6°** ateneo in Europa per **fisica** e **20°** in **radiologia e medicina nucleare**



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI
FEDERICO II

L'Università di Napoli Federico II è il **16°** ateneo in Europa per **scienze dei polimeri**

Bocconi

L'Università Bocconi è il **3°** ateneo in Europa per **Business e Management** (6° al mondo) e il **4°** ateneo in Europa per **Economics e Econometrics** (16° al mondo)

Nel nostro Paese si sta investendo nelle tecnologie per il futuro, come nel caso dei microchip

Impianti di produzione o assemblaggio di microchip in Italia, 2022



Agrate Brianza (MB) – Produzione del silicio

Stanziati **2,1 miliardi di Euro** da STMicroelectronics per ampliare il centro (attualmente di 245.000 m²) di produzione con una «Clean Room»*

Novara (NO) – Produzione del silicio

740 occupati da Memc Electronic (Gruppo Global Wafers) per il taglio dei lingotti di silicio per l'ottenimento dei wafer

Catania (CT) – Produzione dei microchip

Stanziati **750 milioni di Euro** da STMicroelectronics per la realizzazione nel 2023 di impianto di produzione di chip composti da carburo di silicio

Merano (BZ) – Produzione del silicio

250 occupati da Memc Electronic (Gruppo Global Wafers) per la produzione di lingotti di silicio policristallino, in un impianto di 20.500 m²

Vigasio (VR) – Assemblaggio dei microchip

Stanziati **4,6 miliardi di Euro** da Intel per la realizzazione di uno stabilimento per il confezionamento dei chip, un investimento che creerà 1.500 posti di lavoro

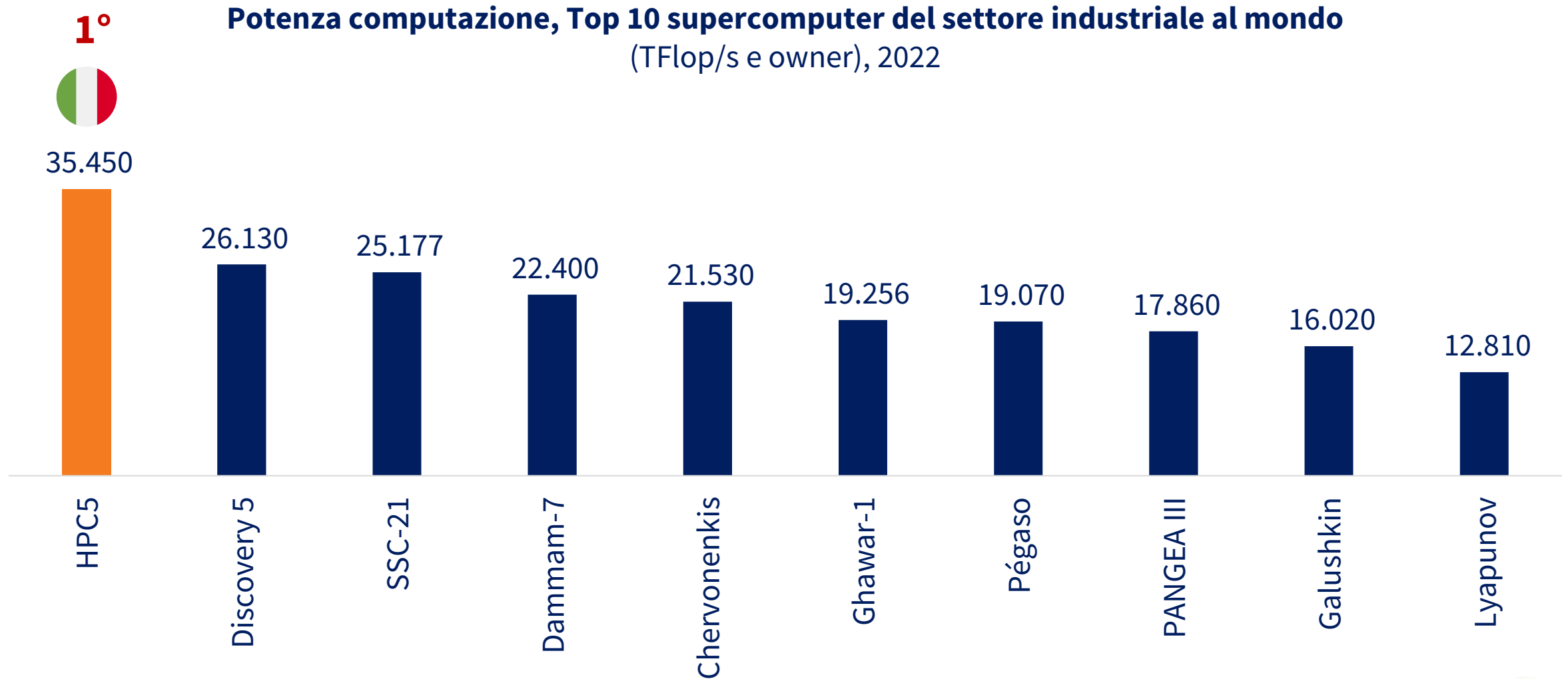
Avezzano (AQ) – Produzione di microchip

1.500 occupati da LFoundry, multinazionale cinese attiva nella filiera dei microchip

(*) Spazio nel quale è possibile monitorare la composizione dell'aria, la temperatura e l'umidità per azzerare le interferenze di elementi esterni con la produzione di silicio

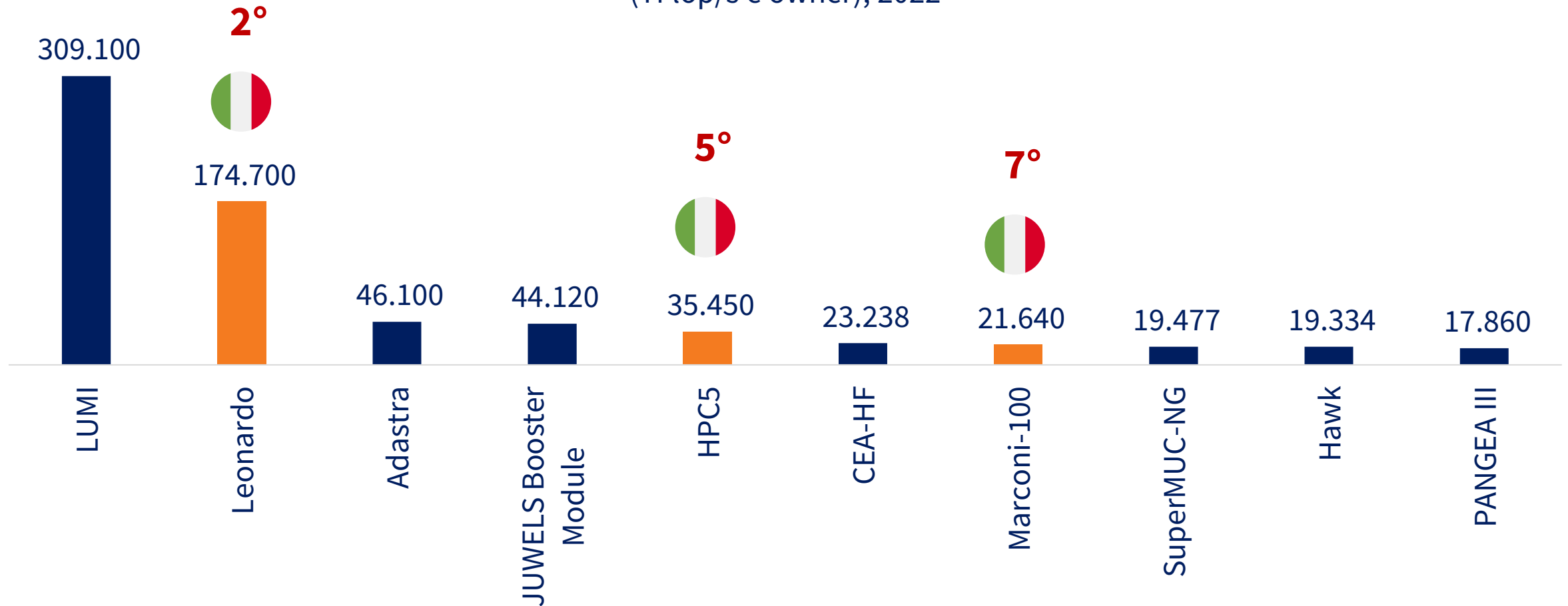
Fonte: elaborazioni The European House – Ambrosetti su fonti varie, 2022

In Italia ha sede il 1° supercomputer al mondo per capacità di calcolo in ambito industriale ...









... e il 2°, il 5° e il 7° supercomputer europeo considerando tutti i campi di applicazione

Potenza computazione, Top 10 supercomputer in UE 27
(TFlop/s e owner), 2022



In Italia, inoltre, sono presenti best practice di ecosistemi di innovazione tecnologici e digitali, come quello delle Life Sciences ...

I numeri delle Life Sciences in Italia*

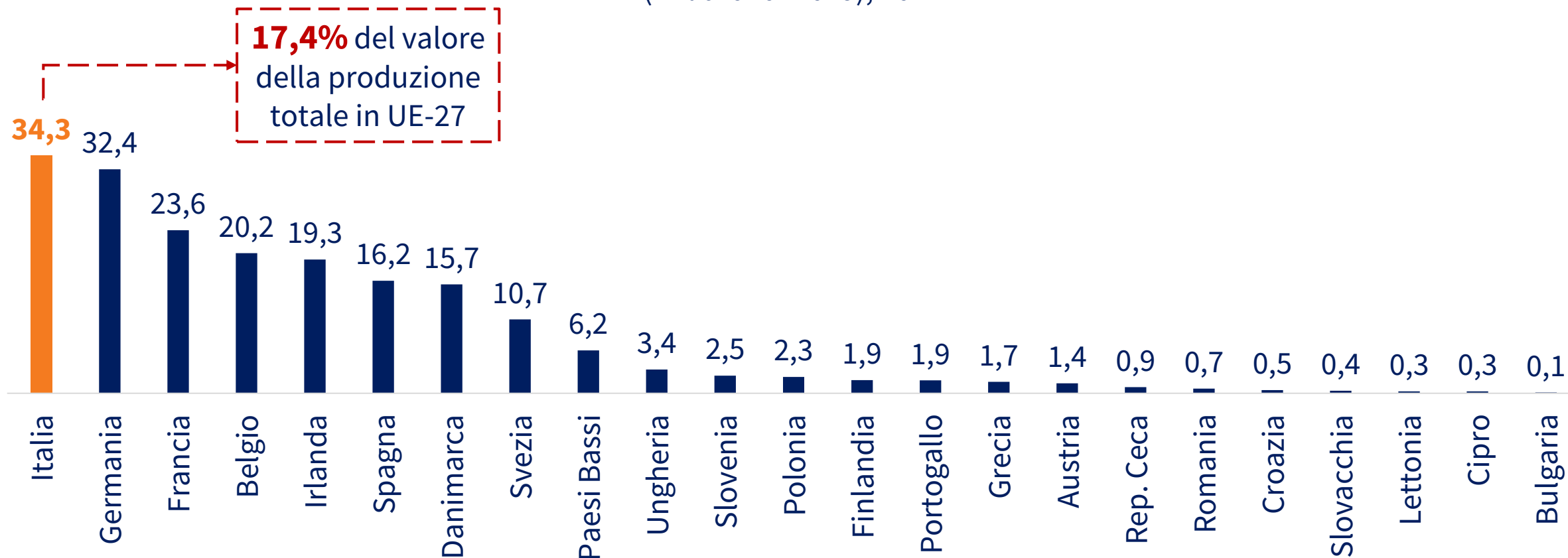
					
 FARMACEUTICA	Imprese 285	Occupati 67.000	Produzione 34,4 mld di Euro	Produttività** 513.432	Investimenti in R&S 1,7 mld di Euro
 BIOTECNOLOGIE	Imprese 790	Occupati 13.277	Produzione 10,2 mld di Euro	Produttività 771.472	Investimenti in R&S 1,8 mld di Euro
 DISPOSITIVI MEDICI	Imprese 4.546	Occupati 112.534	Produzione 6,0 mld di Euro	Produttività 53.317	Investimenti in R&S 0,7 mld di Euro
Totale aziende	5.621	192.811	50,6 mld di Euro	262.433	4,2 mld di Euro

(*) Ultimo dato disponibile. (**) Calcolata come Produzione/Occupati.

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Farindustria, Assobiotec e Farindustria Dispositivi Medici, 2022

... che posiziona l'Italia prima in UE-27 per valore della produzione del comparto farmaceutico, con il 17,4% del totale

Valore della produzione del comparto farmaceutico in UE-27
(miliardi di Euro), 2021

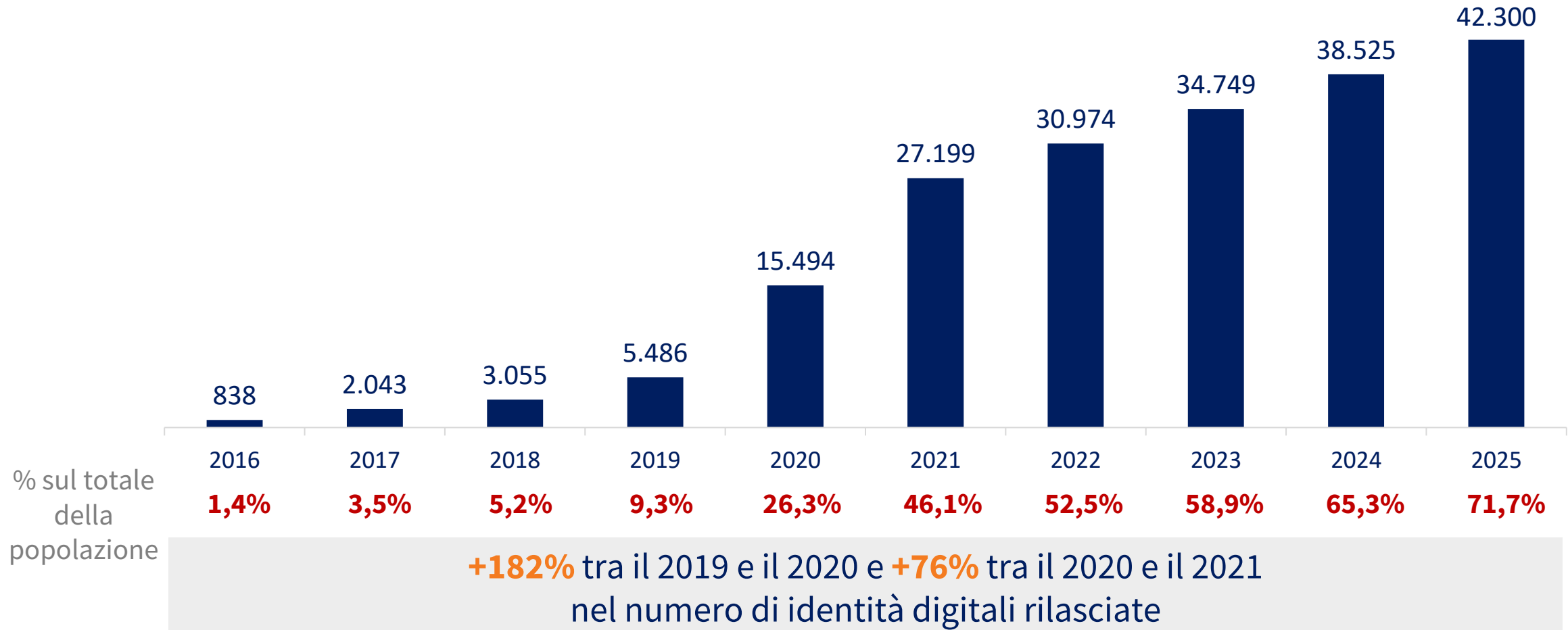


(NB) Estonia, Lituania e Malta risultano associati ad una produzione farmaceutica nulla

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Meridiano Sanità e EFPIA, 2022

Nell'ambito della P.A., le identità digitali rilasciate sono in forte aumento e supereranno il 70% dei cittadini entro il 2025

N. identità digitali rilasciate (migliaia), 2016-2025(e)

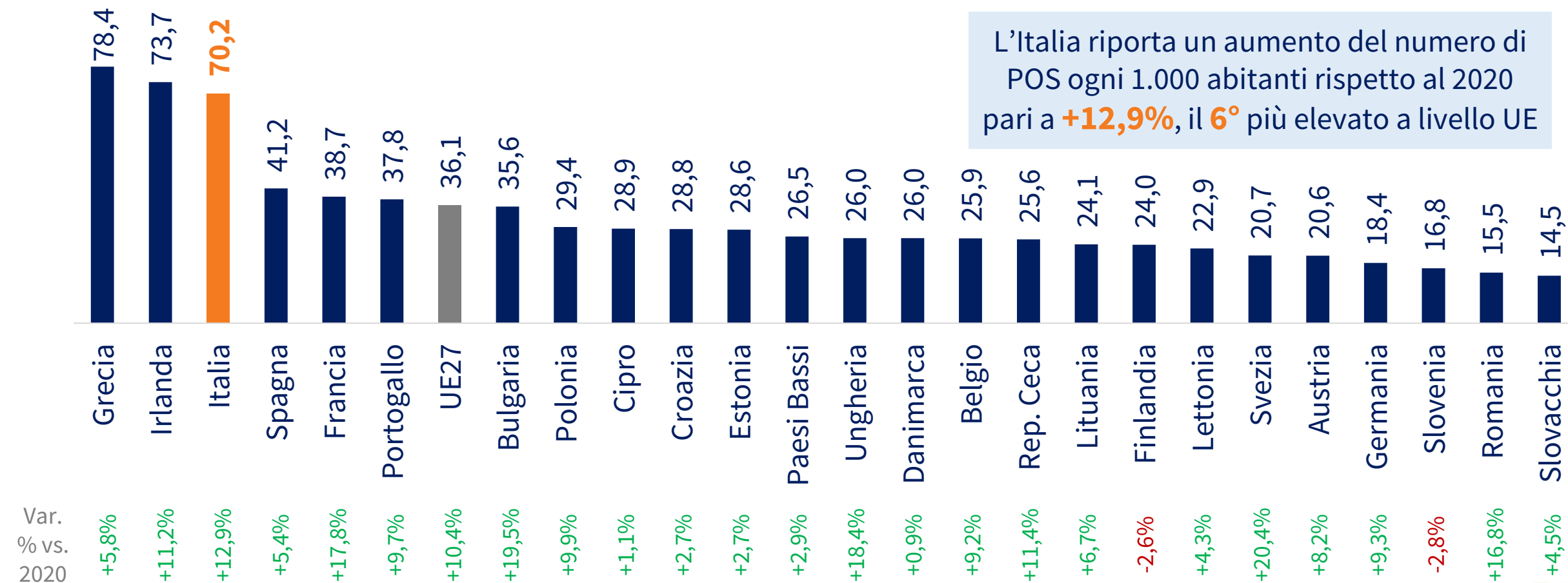


L'Italia è il 3° Paese in UE-27 per numero di POS, con un valore quasi doppio rispetto alla media europea (70,2 vs. 36,1)

Numero di POS ogni 1.000 abitanti nei Paesi UE-27

(valore assoluto ogni 1.000 abitanti), 2021

L'Italia riporta un aumento del numero di POS ogni 1.000 abitanti rispetto al 2020 pari a **+12,9%**, il **6°** più elevato a livello UE



Agenda

- Missione, metodologia e percorso di lavoro dell'Advisory Board WPP | The European House – Ambrosetti
- **Rilanciare il Paese tramite innovazione e tecnologia**
 - Le criticità strutturali dell'Italia e la sfida della digitalizzazione
 - I punti di forza dell'ecosistema digitale in Italia da cui ripartire
 - **Le tecnologie e il digitale come leve per lo sviluppo e l'attrattività del Sistema-Paese**

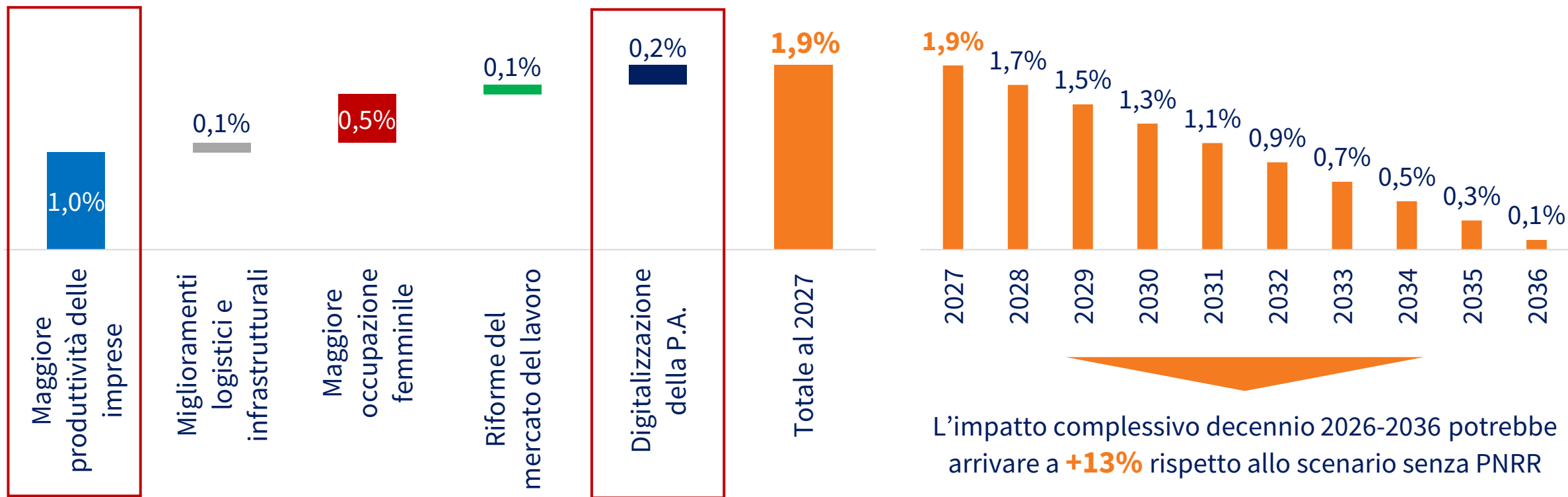
Il PNRR offre una concreta possibilità per affrontare alcuni dei problemi strutturali dell'Italia, in primis il digitale



Gli impatti abilitati dagli investimenti in digitale e tecnologie del PNRR sono stimati, al 2027, a +1,2% del PIL

Sintesi impatti strutturali del PNRR

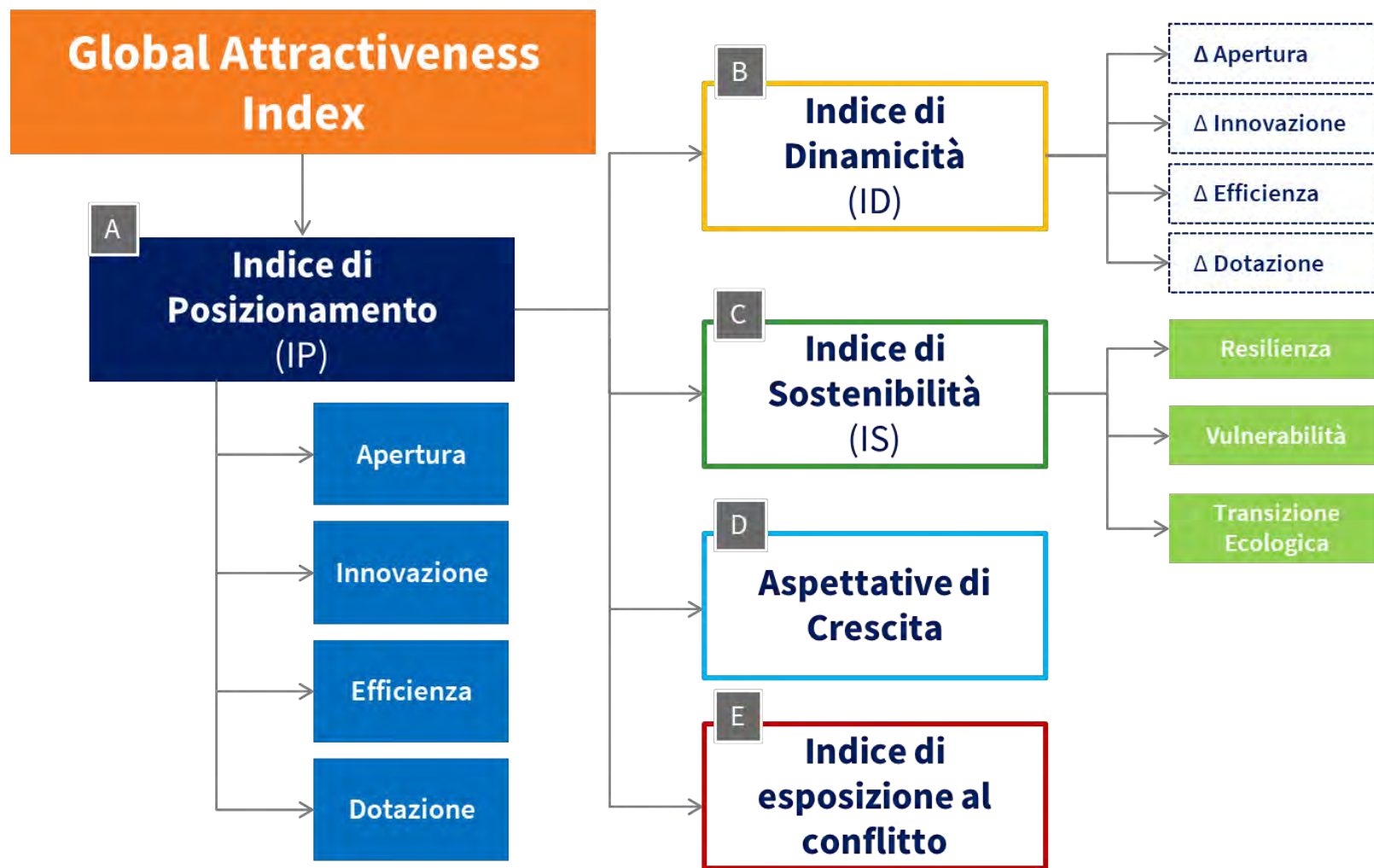
(val. % rispetto allo scenario base), 2027 - 2036



La **diffusione delle tecnologie e del digitale genererà crescita per il +1,2% del PIL nel 2027** grazie alla **digitalizzazione della P.A.** e la **maggiore produttività delle imprese**

Le tecnologie e il digitale possono incidere non solo sulla crescita del Paese, ma anche sulla sua **attrattività internazionale**

The European House – Ambrosetti valuta e misura ogni anno l'attrattività dei Paesi con il Global Attractiveness Index (GAI)



L'obiettivo del **Global Attractiveness Index (GAI)** è quello di mettere a disposizione dei decisori italiani e internazionali un **Indice Paese innovativo** in grado di offrire **un profilo rappresentativo dell'attrattività** e della **Dinamicità dei Paesi** e, di conseguenza, fornire informazioni affidabili per supportare le scelte di sistema sulla **crescita** e sull'**ottimizzazione dell'ambiente pro-business**

Nel 2022, l'Italia si posiziona 19° al mondo per attrattività e solo 8° in UE-27



Global
Attractiveness
Index





	GAI rank 2022	GAI score 2022
Germania	1	100,0
USA	2	99,9
Hong Kong	3	87,6
UK	4	85,2
Giappone	5	85,1
Singapore	6	85,0
Cina	7	83,1
Corea	8	79,2
Australia	9	75,2
Canada	10	73,8
Francia	11	70,0
Emirati Arabi Uniti	12	69,0
Svizzera	13	68,3
Irlanda	14	64,0
Paesi Bassi	15	63,2
Belgio	16	63,0
Svezia	17	59,0
Danimarca	18	58,6
Italia	19	56,1
Austria	20	55,0

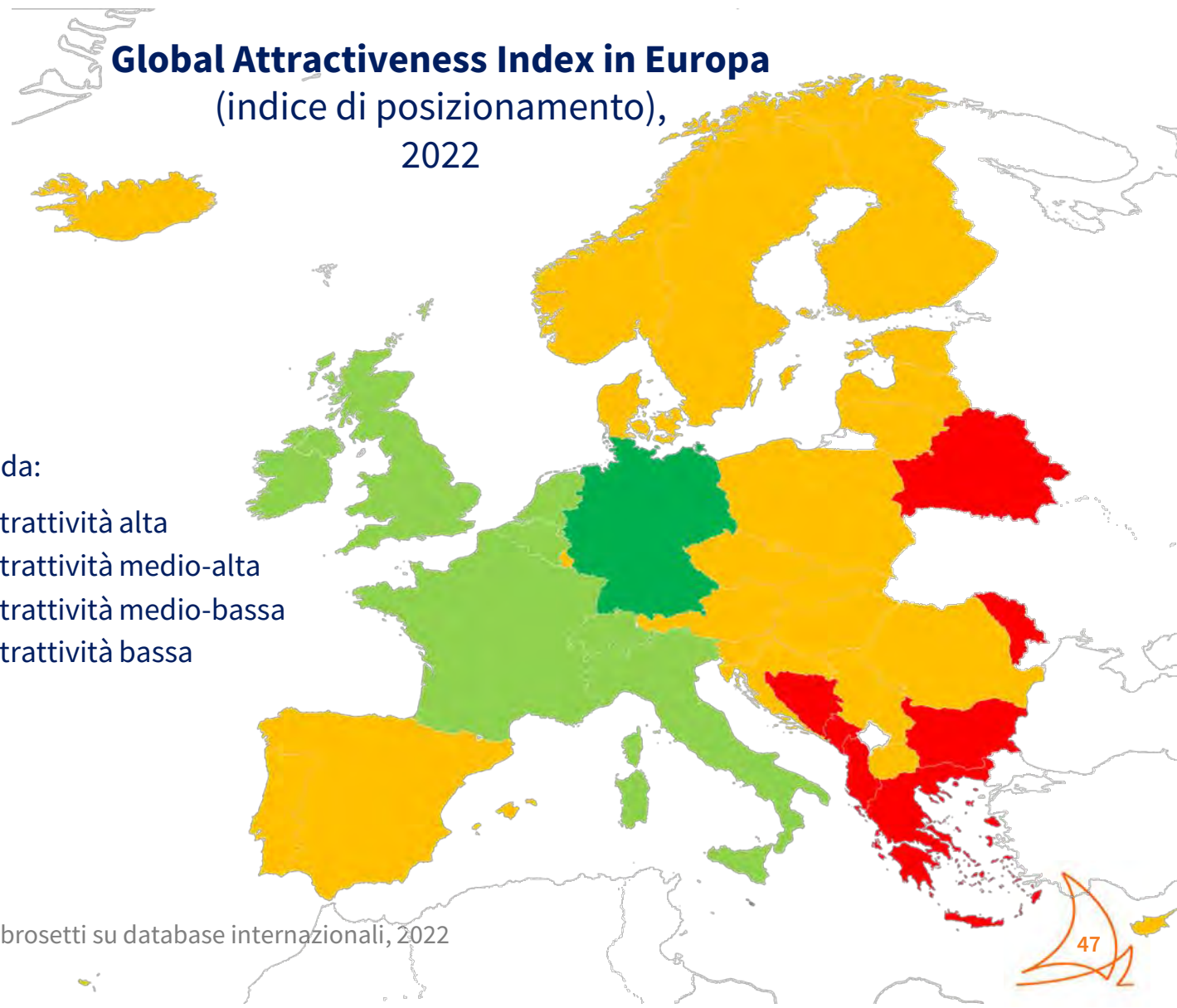
Global Attractiveness Index in Europa

(indice di posizionamento),

2022

Legenda:

-  Attrattività alta
-  Attrattività medio-alta
-  Attrattività medio-bassa
-  Attrattività bassa



Se l'Italia migliorasse la propria performance sugli ecosistemi digitali potrebbe guadagnare fino a 5 posizioni nel Mondo ...



Se nei KPI del GAI 2022:

- «**Export di beni High-Tech**»,
- «**ICT Development index**» e
- «**Utilizzatori di internet**»

l'Italia allineasse le proprie performance rispetto a:

- A** La media dei Paesi Benchmark*
- B** I Paesi Best Performer**

L'Italia guadagnerebbe...

A

Scenario A: media dei Paesi Benchmark*

- **+4,9 score di attrattività**
- **+2 posizioni nel Mondo**, passando da 19^a a **17^a**
- **+2 posizioni in UE-27**, passando da 8^a a 6^a (prima della Svezia)

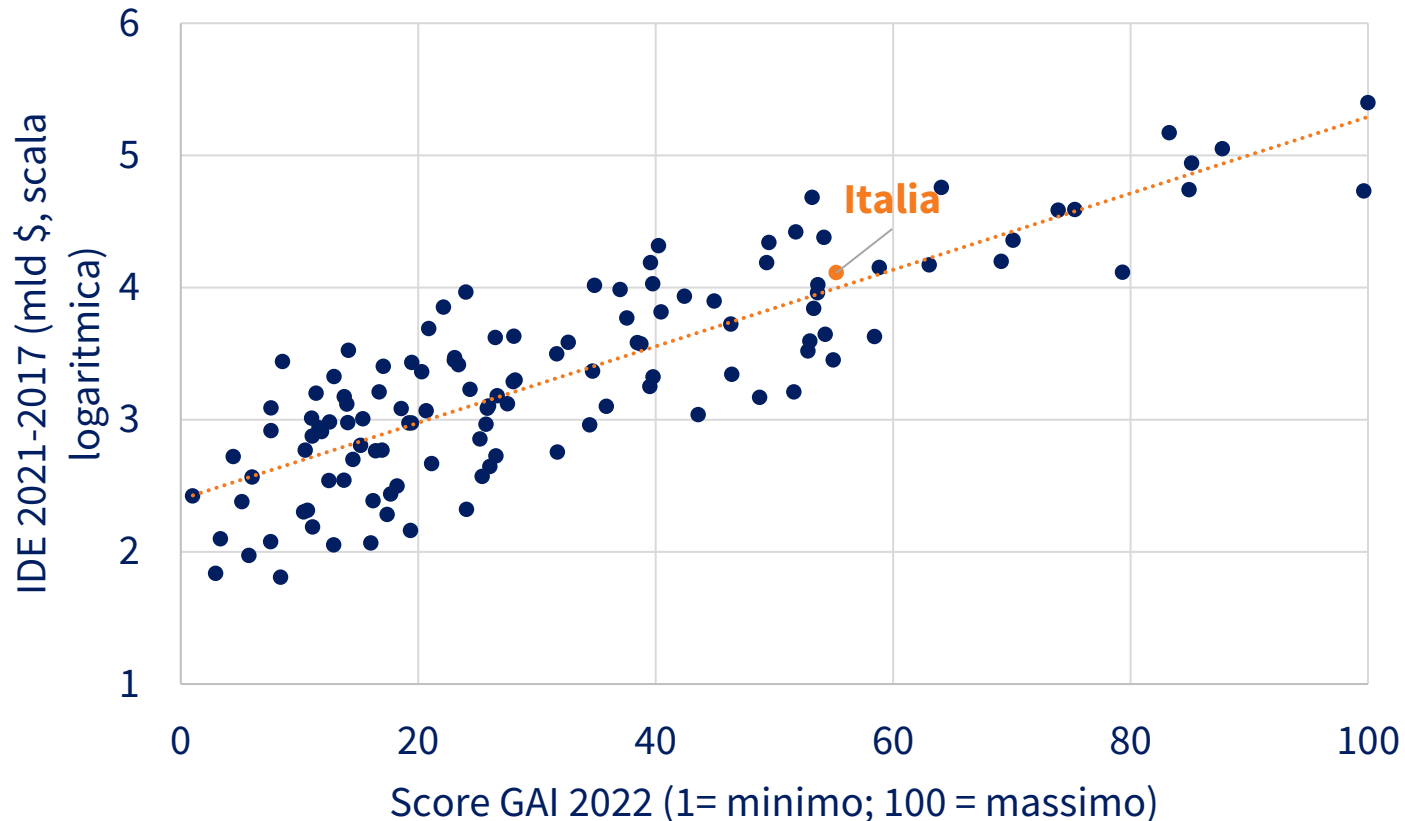
B

Scenario B: Paesi Best Performer**

- **+10,2 score di attrattività**
- **+5 posizioni nel Mondo**, passando da 19^a a **14^a**
- **+3 posizioni in UE-27**, passando da 8^a a 5^a (prima dell'Irlanda)

... con impatti significativi sui flussi di Investimenti Diretti Esteri in ingresso nel nostro Paese

Global Attractiveness Index (IP) e Investimenti Diretti Esteri in entrata (FDI, miliardi US\$, scala logaritmica), 123 Paesi



Un **miglioramento nei tre KPI riferiti al digitale**, nei due scenari, significherebbe per l'Italia un **ingresso di IDE aggiuntivi*** nel 2022 pari a:

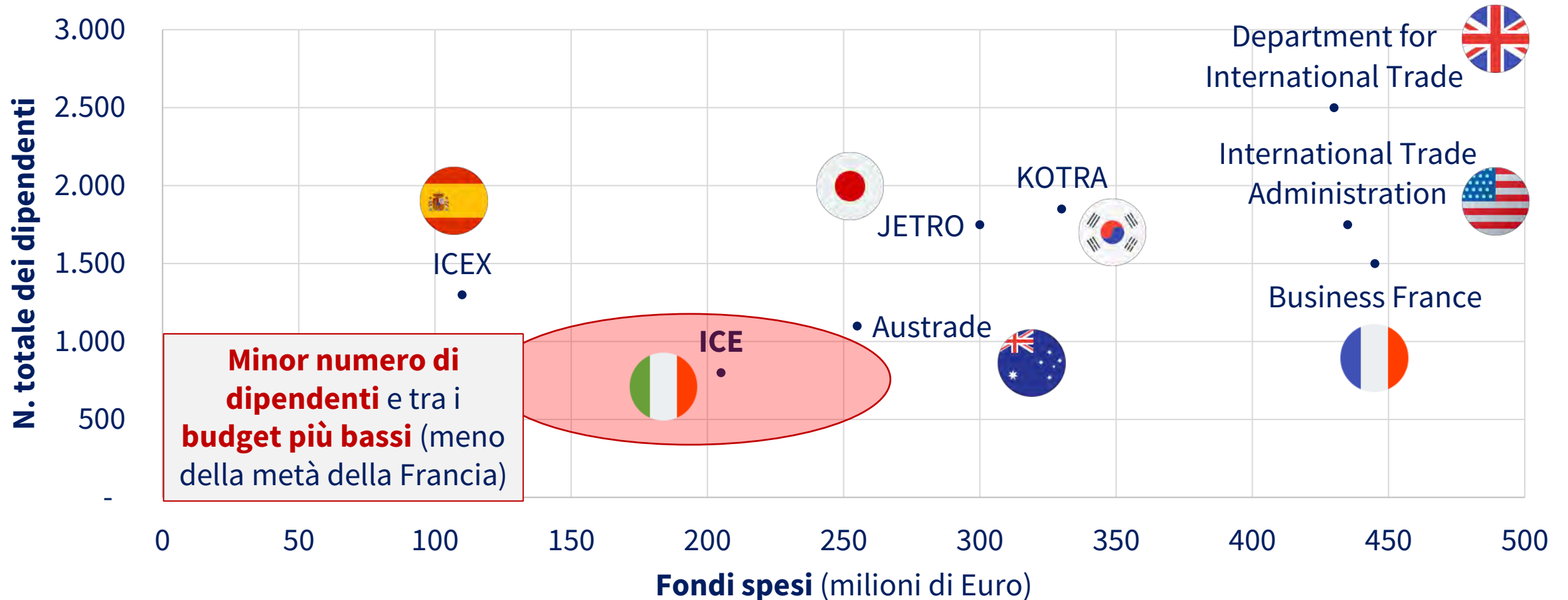
- A** **+3,9 miliardi di Euro** se ci allineassimo alle performance dei Paesi Benchmark**
- B** **+9,9 miliardi di Euro** se ci allineassimo ai Paesi Best Performer***

La correlazione fra Score GAI e Investimenti Diretti Esteri è **0,71**

La valorizzazione di un'Italia tecnologica e digitale passa anche da maggiori investimenti nella promozione dell'immagine-Paese

Risorse delle Agenzie per l'Internazionalizzazione:

Fondi spesi per attività e funzionamento e n. di dipendenti, *ultimo anno disponibile*



Minor numero di dipendenti e tra i budget più bassi (meno della metà della Francia)

Valerio De Molli

Managing Partner & CEO -The European House –Ambrosetti

Website: www.ambrosetti.eu
E-mail: valerio.de.molli@ambrosetti.eu
Twitter: @ValerioDeMolli

The European House - Ambrosetti è stata nominata nella categoria "Best Private Think Tanks" - 1° Think Tank in Italia, 4° nell'Unione Europea e tra i più rispettati indipendenti al mondo su 11.175 a livello globale nell'ultima edizione del "Global Go To Think Tanks Report" dell'Università della Pennsylvania. The European House – Ambrosetti è stata riconosciuta da Top Employers Institute come una delle 131 realtà Top Employer 2022 in Italia.

