



Italiche

di Corrado Bianchi Porro

Distorsioni della realtà oggettiva

Durante la 42esima edizione del Forum "Lo Scenario di oggi e di domani per le strategie competitive" è stato presentato il progetto Global Attractiveness Index, realizzato da The European House – Ambrosetti in collaborazione con ABB, Toyota Material Handling Europe e Unilever.

Il progetto si avvale del contributo di due Advisor di prestigio, Ferruccio de Bortoli (Presidente, Casa Editrice Longanesi) ed Enrico Giovannini (Ordinario di Statistica Economica a "Tor Vergata", già Presidente ISTAT e Ministro del Lavoro).

Il Rapporto ha analizzato le metodologie con le quali vengono costruite le principali classifiche internazionali e, partendo dalle criticità riscontrate, intende costruire un indicatore innovativo e attendibile di attrattività. In effetti, l'Italia negli ultimi anni, in varie classifiche accreditate viene classificata quasi sempre agli ultimi posti tra i Paesi ad economia avanzata. È evidente che tali posizionamenti, pur a fronte delle note criticità del sistema locale, rappresentano delle distorsioni della realtà oggettiva. Si è lavorato dunque alla costruzione di un impianto metodologico pienamente in linea con le migliori pratiche internazionali riguardanti gli indicatori compositi.

Il nuovo indice cerca di colmare le lacune emerse dalle indagini effettuate analizzando il capitale fisico, sociale, umano e naturale di 144 paesi, espressione di circa il 98% del Pil mondiale. Nella realtà, infatti, l'Italia è l'ottava nazione al mondo per Pil, quarta per valore aggiunto prodotto dall'industria manifatturiera, nona per export (settima per export nell'industria manifatturiera), 13ma per investimenti fissi lordi, terza per numero di pubblicazioni scientifiche nel ventennio 1996-2015. Eppure viene regolarmente posizionata oltre la quarantesima posizione nella competitività dietro a Bahrain, Azerbaijan e Kazakistan o dopo Paesi come Malesia, Mauritius e Georgia nei Paesi interessanti per gli investimenti. Adirittura si troverebbe al 77° rango dopo Costa Rica, Burkina Faso e El Salvador nell'indice di libertà o al 61° nell'indice di percezione della corruzione dopo Uruguay, Botswana e Ghana.

Ebbene, si è rilevato che tali classificazioni sono spesso statisticamente poco rappresentative, con introduzione di elementi di soggettività. Spesso si utilizzano modelli che premiano il Paese in cui si trova l'istituto o non si considera la massa critica, la sostenibilità del modello nel medio periodo con una mancata considerazione delle competenze della popolazione, infrastrutture, sicurezza e stabilità. Obiettivo del nuovo modello è invece di misurare la capacità di trattenere risorse interne e di attrarre quelle esterne non presenti sul territorio.

Sono dunque stati identificati quattro attributi per definire l'attrattività di un Paese: 1) la Dotazione di un asset di pregio; 2) l'Apertura che consente la circolazione di risorse economiche e umane; 3) l'Innovazione per promuovere il progresso scientifico e tecnologico; 4) l'Efficienza che misura il corretto funzionamento del mercato dei capitali, prodotti e lavoro. Sono poi state identificate le caratteristiche nella sostenibilità nella resilienza, vulnerabilità ciò che determina l'indice di posizionamento secondo i criteri suddetti di apertura, innovazione, efficienza e dotazione. Ebbene, al primo rango si situano gli Stati Uniti, al secondo la Germania e al terzo il Giappone. La Svizzera è all'undicesimo, mentre l'Italia si piazza 14ma, subito dietro ad Hong Kong e davanti all'Austria.

Matteo Marini, presidente di ABB Italia e Angelo Trocchia, AD di Unilever Italia, presente sul territorio con 5 stabilimenti, pensano che l'immagine dell'Italia all'estero sia mal rappresentata, mentre Leonardo Salcerini AD di Toyota Material Handling ritiene che l'Italia sia in effetti tagliata in due, con alcune aree del nord all'altezza dei migliori standard e l'altra più arretrata. Valerio De Molli di The European House Ambrosetti reputa, infine, che il nuovo indicatore sia assai innovativo e affidabile per la gestione e comunicazione dell'immagine del Paese.