

La ricetta per attrarre stranieri

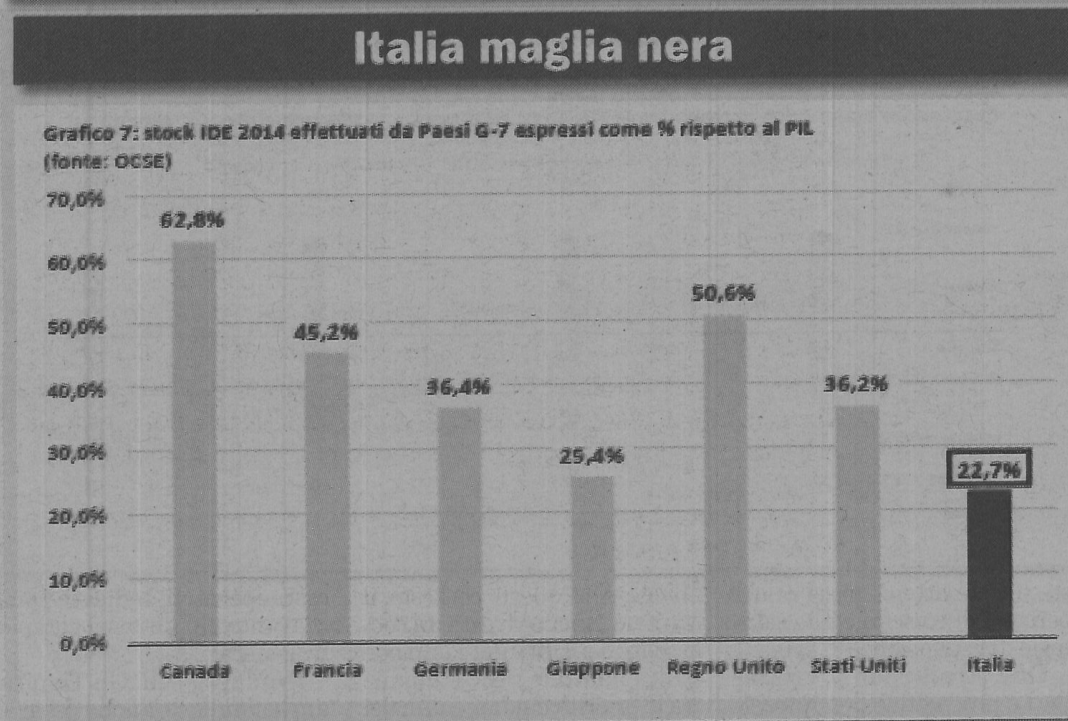
Positive le riforme. Da snellire burocrazia e giustizia

Pagina a cura
DI LUIGI DELL'OLIO

A voler vedere il bicchiere mezzo pieno, c'è da dire che il percorso di riforme intrapreso dall'Italia sta proiettando un'immagine rinnovata del paese presso gli investitori internazionali. A volerlo vedere mezzo vuoto, resta la consapevolezza di problemi strutturali che faticano a essere scalfiti. Guardando in prospettiva, invece, si possono cogliere le occasioni derivanti dal posizionamento geografico strategico della penisola per gli sviluppi del commercio internazionale.

Un paese più efficiente. Il documento sviluppato dall'American Chamber of Commerce in Italy in collaborazione con Ey e Legance Avvocati Associati, presentato nel corso del recente convegno «Italy is Back: Investment Climate 2016», si presta a molteplici letture. «Abbiamo analizzato il punto di vista degli investitori stranieri, in considerazione dell'importanza che assumono per la crescita», è la premessa del presidente di AmCham Italy, Stefano Venturi. Una spiegazione utile a inquadrare il metro di giudizio, che è positivo per il processo di riforme in corso. Gli autori dello studio segnalano che l'Italia ha sofferto più di altri paesi nello sforzo di mettersi alle spalle la crisi, ma ormai il cambio di rotta è evidente. «È indubbio che gran parte del merito di questo cambiamento si debba alle politiche decise dall'attuale governo, che dal suo insediamento nel febbraio 2014 ha immediatamente aperto il cantiere delle riforme, argomento tanto dibattuto quanto poco applicato negli anni precedenti», scrivono gli autori dello studio. Che citano in proposito i cambiamenti avvenuti nel mercato del lavoro per proseguire con l'impostazione della riforma fiscale, di quella della pubblica amministrazione, della giustizia (tema strategico soprattutto per gli investitori americani, strettamente legato all'importanza della certezza del diritto), per arrivare alla riforma Costituzionale.

Una posizione che per molti versi ricalca le conclusioni dell'ultimo monitoraggio realizzato dall'Aibe (Associazione fra le banche estere in Italia) qualche settimana fa, secondo cui, elaborato a partire dalla rilevazione realizzata tra la fine del 2015 e l'inizio del 2016, è passato da un valore di 33,2 registrato nel 2014 all'attuale 47,8 lungo una scala che va da un minimo pari a 0 a un massimo di 100, segnando così un incremento di oltre 14 punti. Un progresso dovuto in



Formazione, fiore all'occhiello

Un ambito che trova ampio spazio nell'indagine sull'appeal dell'Italia presso gli investitori internazionali riguarda la formazione. Attualmente i laureati italiani sono il 24% tra tutti coloro che rientrano nella fascia 25-34 anni, un livello sensibilmente più basso rispetto alla media dei paesi occidentali. Alzare l'asticella diventa quindi fondamentale per competere in uno scenario nel quale sempre più saranno le competenze personali a fare la differenza. Detto questo, i ricercatori riconoscono ai laureati italiani una preparazione adeguata ad affrontare le sfide del mercato: per esempio, al 51% degli studenti italiani che partecipa al programma Erasmus e svolge un tirocinio all'estero viene poi proposto di restare a lavorare, a fronte di una media europea del 30%. Inoltre, i nostri laureati «costano» meno che in

Germania o nelle altre grandi economie europee. Più in generale, il costo del lavoro, si legge nel documento, nell'Area euro nel 2015 è salito in media dell'1,5% (raggiungendo 29,5 euro l'ora). Lo stesso trend interessa l'Unione europea: in questo caso l'incremento è stato del 2% (attestandosi a 25 euro). L'Italia, nella classifica dell'Unione europea, si colloca in undicesima posizione per costo medio orario del lavoro, sotto la media dell'area euro. Il costo del lavoro di 28,1 euro per ora della penisola è superiore a quello del Regno Unito (25,7 euro), ma resta al di sotto di quello della Germania (32,2 euro), dell'Austria (32,4 euro) e della Francia (35,1 euro). Da qui l'indicazione di ridurre i costi del lavoro e di produzione anche attraverso un uso innovativo del digitale.

primo luogo al processo di riforme avviato e all'impatto di Expo, manifestazione durante la quale non solo Milano, ma tutta l'Italia ha dato buona prova di sé a livello internazionale.

Il peso della burocrazia. Eppure dal punto di vista degli investitori, il mercato italiano continua a presentare una serie di criticità che a volte portano a preferire altri paesi per gli investimenti. In particolare

l'inefficienza della burocrazia, il funzionamento del sistema giudiziario, con riferimento particolare a quello civile, la pressione e la complessità del sistema fiscale, le difficoltà nell'accesso al credito e la ri-

gidità del mercato del lavoro. Problemi che non potranno essere risolti nel breve termine, ma che vanno affrontati per evitare di rinviare la soluzione sine die.

L'Italia torna al centro del commercio. Dunque, dopo le lodi, arriva un invito all'esecutivo a velocizzare l'azione riformatrice. Anche perché, ricordano gli analisti, l'Italia può beneficiare dell'evoluzione del contesto economico, occupando una posizione che viene definita di potenziale hub per i mercati Emea (Europa, Medio Oriente e Africa), valorizzando il patrimonio di porti e reti infrastrutturali. Inoltre, la qualità del made in Italy rappresenta un sistema di valori difficilmente riscontrabile altrove, per il quale gli investitori possono valutare di dedicare risorse e progetti.

Grazie a un aumento della classe media di oltre 3 miliardi a livello mondiale, la domanda globale per i beni made in Italy dovrebbe aumentare notevolmente nei prossimi anni, per cui lavorare sull'attrattività verso gli investitori internazionali, è il messaggio lanciato dagli analisti, può portare risultati importanti. Anche considerato, questo è sottinteso nella ricerca, ma costituisce una conseguenza logica, che i consumi interni sono destinati a crescere ancora a rilento, tra stipendi da tempo al palo e il progressivo invecchiamento della popolazione. «Le eccellenze e le qualità del made in Italy sono ampiamente riconosciute a livello internazionale», spiega Donato Iacovone, amministratore delegato di Ey in Italia e managing partner dell'Area mediterranea, «e si stima che la domanda di beni prodotti nel nostro paese aumenterà globalmente nei prossimi anni. Siamo un punto di accesso al mercato per 500 milioni di consumatori in tutta l'Ue e per 270 milioni tra Nord Africa e Medio Oriente».

Un altro elemento in grado di incidere sull'attrattività italiana è la capacità di comunicare all'estero attraverso un ruolo di maggiore forza e autorevolezza dei nostri media uscendo dal pregiudizio e dallo stereotipo nonché dal clima ipercritico che talvolta i nostri stessi media tendono ad alimentare. Occorre pensare anche a nuove forme di attrazione, sostiene Ey, come per esempio evidenziare la qualità della forza lavoro italiana, in particolare delle eccellenze che possediamo anche nei corsi di laurea Stem (Scienza, tecnologia, ingegneria e matematica) e in alcuni poli come il Politecnico di Milano e di Torino, nonché la Normale e la S. Anna di Pisa.