

# Osservatorio Attrattività: tre anni di lavoro al servizio del Sistema Italia

A cura di Paola Dubini



**Paola Dubini\***  
Direttore Osservatorio permanente  
sull'Attrattività del Sistema Paese

## Scheda

**Titolo progetto:**

Osservatorio permanente sull'Attrattività del Sistema Paese

**Area appartenenza:**

Nuovi modelli di sviluppo

**Data approvazione:**

Maggio 2003

**Terze parti coinvolte:**

Università Commerciale Luigi Bocconi

**Destinatari del progetto:**

Business community nazionale e internazionale; organismi territoriali; Pubblica Amministrazione centrale e periferica; grandi organismi internazionali; l'opinione pubblica e media

L'Osservatorio permanente sull'Attrattività del Sistema Paese, promosso dalla Fondazione Italiana Accenture e realizzato con il contributo scientifico dell'Università Bocconi, analizza il tema della capacità del sistema paese di attirare e mobilitare risorse critiche per lo sviluppo. Il progetto, sotto la supervisione scientifica del professor Lanfranco Senn, è sviluppato da un team di ricerca dell'Università Bocconi coadiuvato dal Comitato degli Esperti della Fondazione.

La focalizzazione sull'attrattività si spiega con il bisogno di fare chiarezza su alcuni temi molto rilevanti per il nostro paese in questo momento; se nel dibattito istituzionale e politico competitività e attrattività sono spesso usati come sinonimi, il comportamento degli operatori nelle proprie scelte di localizzazione o di investimento mostra, invece, che alcuni paesi che non risultano competitivi nei ranking internazionali, né sono considerati attrattivi in termini di qualità della vita, livello di democrazia e qualità delle infrastrutture (per fare alcuni esempi), sono invece considerati con grande attenzione e favore da parte degli investitori internazionali.

Con il 2006 si è chiuso il primo triennio di attività dell'Osservatorio. La figura 1 evidenzia per ciascuna prospettiva di ricerca seguita i punti di vista via via presi in considerazione con appositi progetti di ricerca.

In estrema sintesi, l'Osservatorio nel corso del triennio ha esaminato quattro concetti distinti ma collegati:

la **competitività**, intesa come capacità delle imprese, dei settori e dei territori di sfruttare in modo efficiente le risorse a disposizione per generare vantaggio competitivo.

L'Osservatorio ha tenuto conto del dibattito in corso fra economisti internazionali e studiosi di strategia sull'opportunità di trasferire il concetto di competitività (proprio delle imprese e dei settori e legato, in quest'ultimo caso, alla presenza di vantaggi comparativi di un paese rispetto agli altri) ai territori per le enormi difficoltà metodologiche.

La valutazione della competitività con riferimento all'Italia è stata pertanto condotta valutando la presenza dell'Italia nel commercio internazionale in diversi settori – e quindi la competitività dell'Italia nei diversi settori

in termini di quota di mercato relativa in settori con diversi tassi di crescita nel commercio internazionale – e l'importanza relativa di settori specifici nell'economia di diversi territori.

L'**attrattività**, intesa come capacità di attirare e mobilitare risorse di qualità (tecnologie, capitali, talenti); l'analisi dell'attrattività, che è costruito proprio dei territori, è stata condotta su piani distinti ma collegati:

Identificando le variabili che caratterizzano il contesto in cui si muovono gli attori economici; soprattutto in un paese come l'Italia, caratterizzato da un lato da una forte specializzazione settoriale e dall'altro da condizioni socio-demografiche, culturali e di sviluppo molto diverse al suo interno, è opportuno valutare il potenziale di sviluppo e di attrazione, riconoscendo esplicitamente la diversa condizione di partenza dei territori.

Costruendo profili di attrattività in funzione di mix di condizioni favorevoli a specifiche categorie di attori e classifiche di attrattività che permettessero di identificare i punti

## I temi trattati dall'Osservatorio nel triennio 2004-2006 (figura 1)

Del contesto

Dei territori rispetto al contesto

Dei territori per le imprese

Relazione fra attori

Di investimenti da paesi  
tradizionalmente partner

Di investimenti da nuovi paesi



Dell'Italia nei settori

Dei settori nei territori

Dell'Italia agli occhi dei manager

Dell'Italia nella stampa straniera

di forza e di debolezza di specifiche realtà territoriali.

Analizzando i profili di impresa che specifici contesti producono e mettendo in relazione profili territoriali e profili di impresa.

**L'immagine e la reputazione**, come proxy della attrattività percepita di un sistema paese da parte di categorie diverse di stakeholder; poiché l'attrattività da questo punto di vista "è negli occhi di chi guarda", l'analisi della attrattività percepita è stata condotta a partire da interlocutori diversi:

i manager che operano in Italia;

i manager e le istituzioni provenienti da paesi diversi;

la stampa internazionale (in particolare anglosassone).

**L'attrazione di investimenti**, da parte di investitori in paesi e in settori diversi.

Le conclusioni via via presentate hanno fatto riferimento a diversi metodi di ricerca: interviste dirette, indagini basate su questionario postale, elaborazioni di

dati pubblicati da fonti diverse.

Un tema particolarmente attuale e delicato ha riguardato l'opportunità di utilizzare indicatori composti per misurare costrutti complessi e multidimensionali come l'attrattività e la competitività.

Il lavoro di ricerca del terzo anno si inserisce nel quadro complessivo rappresentato in figura 1, prendendo il termine "relazioni" come parola chiave, analizzate secondo due prospettive:

- la percezione dell'Italia e la valutazione della sua attrattività prima e dopo l'investimento condotto da imprese provenienti da paesi diversi e con diverse tradizioni commerciali rispetto al nostro paese;
- la natura e l'intensità delle relazioni fra attori nei territori del nostro paese.

Più nello specifico, il lavoro di ricerca si è concentrato su:

- l'analisi delle relazioni fra impresa e altri attori sul territorio. A partire dai campione di imprese di riferimento territoriale identificate nel precedente

rapporto, si sono ricostruite reti di relazioni diverse fra imprese e altri attori (fornitori, clienti, istituzioni) a livello territoriale, a livello nazionale e a livello internazionale, e si sono correlate le caratteristiche delle reti ai profili di impresa e di territorio;

- la riflessione sulla difficoltà da parte del nostro paese ad attrarre investimenti esteri ha portato a identificare due campioni di investitori: quelli da più tempo presenti nel nostro paese, che quindi sono stati attratti in passato, e ora valutano la possibilità di disinvestire dal nostro paese a causa del mutato baricentro dei commerci internazionali; e quelli provenienti da paesi tradizionalmente destinatari netti di investimenti, ma che in tempi recenti hanno cominciato ad investire all'estero. Fra questi la scelta è caduta sugli investimenti provenienti dai paesi dell'est Europa per la prossimità geografica con l'Italia e per la massiccia presenza di investimenti italiani in questi paesi.

\*Professore Associato di Economia Aziendale all'Università Commerciale Luigi Bocconi e Docente Senior dell'area Strategie SDA Bocconi.