



COMUNICATO STAMPA Milano, 19 novembre 2008

PricewaterhouseCoopers: la capacità di competere dell'Italia è limitata solo ad alcuni settori, il turismo, i beni di lusso, il *design*, il *merchandising* artistico, e ad alcuni servizi correlati (alberghi, ristorazione, viaggi, ecc...).

La capacità di competere dell'Italia è in declino a livello internazionale ed è limitata a pochi settori ed a poche specializzazioni: è quanto emerge dalla presentazione dello studio di PricewaterhouseCoopers Advisory sulla competitività del sistema Italia. Ancora più, nell'ambito dell'attuale crisi economico – finanziaria è opportuna una maggiore focalizzazione su quei segmenti che sono in grado di dimostrare una significativa leva competitiva.

Con la partecipazione all'Annual Economia & Finanza del Sole 24 ORE dal titolo "*La crisi del credito e l'impatto sui mercati finanziari e le imprese*", **Giacomo Neri***, **partner PricewaterhouseCoopers Strategy Leader**, presenta lo studio sulla capacità competitiva del sistema Paese, riportando un confronto tra mondo industriale e finanziario e identificando i segmenti con potenziale vantaggio competitivo nazionale.

L'analisi svolta confronta la situazione dei sistemi finanziari e industriali italiani in rapporto al resto dell'Europa e prende come riferimento le prime 50 Imprese e le prime 50 Banche europee per capitalizzazione.

Il nostro Paese esprime solo lo 0,4% in termini di capitalizzazione delle principali imprese, rispetto alla quota del PIL, superata dalla maggior parte degli altri Paesi europei, come la Svizzera (4,7%), l'UK (1,8%), i Paesi Bassi (1,8%), la Francia (1,1%), ma anche la Spagna (0,6%) e la Repubblica Ceca (1,0%).

Tale posizionamento persiste nonostante il consolidamento verificatosi nell'ambito del settore bancario negli ultimi anni, che ha portato l'Italia al secondo posto per capitalizzazione, considerando i primi 50 gruppi bancari europei. Inoltre, il settore finanziario ha di fatto sostenuto il mondo imprenditoriale come dimostrano i tassi di crescita degli impieghi *corporate* a medio lungo termine, con un tasso di crescita annuale ponderato (CAGR) del 13,1% (da marzo '01 a marzo '08), con ritmi stabilmente superiori a quelli registrati dalla componente a breve termine (CAGR del 2,5% nello stesso periodo).

Eppure, la richiesta di prodotti ad alto valore aggiunto da parte delle imprese è estremamente limitata: il 26% non ne ha mai richiesti; solo il 6% chiede prodotti finanziari legati al *project finance*; il livello di internazionalizzazione si ferma al 13,4% delle medie e grandi imprese industriali.

Con la consapevolezza che la competizione non può avvenire in tutti i settori, è pertanto necessario indirizzare le risorse istituzionali e finanziarie del Paese, pubbliche e private, in modo da rivalutare i “Core asset”, cioè il patrimonio imprenditoriale, artistico, culturale, naturalistico, storico. L'Italia, nello specifico, può sviluppare un vantaggio competitivo nazionale sostenibile solo in alcuni settori quali *design*, moda e beni di lusso, e anche se non ancora a sufficienza, il patrimonio turistico e culturale. Investendo nell'ambito di pochi ma prioritari settori, quello del turismo, alcuni settori commerciali come i beni di lusso, del *design*, del *merchandising* artistico e di alcuni servizi collegati (alberghi, ristorazione, viaggi ecc...), è possibile dare avvio ad un processo virtuoso che coinvolgerebbe, con ricadute positive, tutta una serie di settori sinergici quali agricoltura, infrastrutture, artigianato, industria e altri servizi.

Tale sviluppo è possibile attraverso l'utilizzo di conoscenze e risorse già disponibili, ma che non sono attualmente sufficienti. Leve idonee devono essere sviluppate, investendo sulle risorse, per lo più umane, incentivando la domanda, puntando sulle sinergie con settori correlati e la costruzione di distretti e filiere *ad hoc*, sfruttando partnership pubblico-private e mettendo in atto politiche regolamentari adeguate.

Pertanto, è possibile intervenire almeno lungo tre direttrici:

- analisi di segmenti, distretti ecc., che esprimono una posizione di vantaggio competitivo nazionale (VCN) con la definizione delle priorità di investimento nazionale;
- l'esecuzione dei progetti prioritari per il supporto all'economia deve essere in ottica di parità di prezzi d'acquisto (PPP) su segmenti primari, quali, ad esempio, infrastrutture, costruzioni, segmenti a VCN (arte e cultura, turismo, *design*, lusso ecc.);
- individuazione di possibili iniziative di supporto ai processi di “stimolo”; a titolo esemplificativo:
 - Confidi Italia, che eroghi finanziamenti alle imprese garantiti dallo Stato
 - Agenzia di rating Italia
 - *Standard* di flussi informativi Banca-Impresa (ad es., XBRL).

“Non possiamo che augurarci – secondo Giacomo Neri* – un rapido consolidamento domestico che permetta al nostro sistema paese di combattere con pari energie una guerra competitiva che si volge, ormai, in prima istanza su scala continentale e in generale, comunque, su scala globale.”

PricewaterhouseCoopers (www.pwc.com) fornisce servizi professionali di revisione, di consulenza e di consulenza legale/fiscale alle imprese con l'obiettivo di costruire relazioni con i propri clienti e i loro stakeholders basate sull'integrità e sulla creazione di valore. Più di 155.000 professionisti in 153 paesi condividono attraverso un network internazionale conoscenze, esperienze e soluzioni per sviluppare nuove strategie e pratiche operative. In Italia operano 3000 professionisti presenti in 17 città.

“PricewaterhouseCoopers” fa parte del network di società di PricewaterhouseCoopers International Limited, ognuna delle quali è un'entità legale separata e indipendente.

* Giacomo Neri è Eurofirm managing Partner Operations Consulting Practice PricewaterhouseCoopers Advisory - Professore di Strategia e Politica Aziendale Università Cattolica del Sacro Cuore Milano - Consigliere di Amministrazione Associazione Italiana Private Banking, Associazione Italiana Corporate e Investment Banking