

# ECONOMIA ITALIANA

Fondata da Mario Arcelli

Qualità istituzionale,  
efficienza e produttività  
nella Pubblica Amministrazione  
in Italia

2023/2

 LUISS

CASMEF Centro Arcelli  
per gli Studi Monetari e Finanziari

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore  
CESPEM

Centro Studi di Politica economica  
e monetaria "Mario Arcelli"

# Economia Italiana

Fondata da Mario Arcelli

## COMITATO SCIENTIFICO

*(Editorial board)*

### CO-EDITORS

FRANCESCO NUCCI - Sapienza, Università di Roma

PAOLA PROFETA - Università Bocconi

PIETRO REICHLIN - Luiss Guido Carli

### MEMBRI DEL COMITATO *(Associate Editors)*

CARLOTTA BERTI CERONI

Università di Bologna

MASSIMO BORDIGNON

Università Cattolica del Sacro Cuore

LORENZO CODOGNO

London School of Economics and Political Science

GIUSEPPE DE ARCANGELIS

Sapienza, Università di Roma

GIUSEPPE DI TARANTO,

LUISS Guido Carli

STEFANO FANTACONE

Centro Europa Ricerche

EMMA GALLI

Sapienza, Università di Roma

PAOLO GIORDANI

LUISS Guido Carli

GIORGIA GIOVANNETTI

Università di Firenze

ENRICO GIOVANNINI

Università di Roma "Tor Vergata"

ANDREA MONTANINO

Cassa Depositi e Prestiti

SALVATORE NISTICÒ

Sapienza, Università di Roma

ANTONIO ORTOLANI

AIDC

ALESSANDRO PANDIMIGLIO

Università degli Studi "Gabriele d'Annunzio" Chieti - Pescara

Alberto Petrucci

Luiss Guido Carli

BENIAMINO QUINTIERI

Università di Roma "Tor Vergata"

FABIANO SCHIVARDI

LUISS Guido Carli

MARCO SPALLONE

Università degli Studi "Gabriele d'Annunzio" Chieti - Pescara

FRANCESCO TIMPANO

Università Cattolica del Sacro Cuore

MARIO TIRELLI

Università Roma Tre

GIOVANNA VALLANTI

LUISS Guido Carli

DIRETTORE RESPONSABILE *(Editor in Chief)*: GIOVANNI PARRILLO

---

## ADVISORY BOARD

PRESIDENTE *(President)*

PAOLO GUERRIERI - Sapienza, Università di Roma e PSIA, SciencesPo

CONSIGLIO *(Members)*

FEDERICO ARCELLI, Center for International Governance Innovation

RICCARDO BARBIERI, Tesoro

PIERO CIPOLLONE, Banca d'Italia

GIORGIO DI GIORGIO, Editrice Minerva Bancaria

ANDREA FERRARI, AIDC

DARIO FOCARELLI, Ania

RICCARDO GABRIELLI, Deloitte

MAURO MICILLO, Intesa Sanpaolo

STEFANO MICOSI, Assonime

ROBERTO MONDUCCI, ISTAT

MARCO VALERIO MORELLI, Mercer

ROBERTA PALAZZETTI, British American Tobacco Italia

ALESSANDRO TERZULLI, SACE

CLAUDIO TORCELLAN, Oliver Wyman

ALBERTO TOSTI, Sara Assicurazioni

MARCO VULPIANI, Deloitte

# Economia italiana

Fondata da Mario Arcelli



numero 2/2023

Pubblicazione quadrimestrale

Roma

# ECONOMIA ITALIANA

Rivista quadrimestrale fondata nel 1979 da Mario Arcelli

DIRETTORE RESPONSABILE

**Giovanni Parrillo**, Editrice Minerva Bancaria

COMITATO DI REDAZIONE

**Simona D'Amico** (*coordinamento editoriale*)

**Francesco Baldi**

**Nicola Borri**

**Giuseppina Gianfreda**

**Rita Mascolo**

**Guido Traficante**

*(Pubblicità inferiore al 70%)*

Autorizzazione Tribunale di Roma n. 43/1991

ISSN: 0392-775X

Gli articoli firmati o siglati rispecchiano soltanto il pensiero dell'Autore e non impegnano la Direzione della Rivista.

I *saggi* della parte monografica sono a invito o pervengono a seguito di call for papers e sono valutati dall'editor del numero.

I *contributi* vengono valutati anonimamente da due referee individuati dagli editor o dalla direzione e redazione con il supporto dei membri del Comitato Scientifico.

Le *rubriche* sono sottoposte al vaglio della direzione/redazione.

Finito di stampare nel mese di ottobre 2023

**[www.economiaitaliana.org](http://www.economiaitaliana.org)**

---

## **Editrice Minerva Bancaria srl**

DIREZIONE E REDAZIONE Largo Luigi Antonelli, 27 – 00145 Roma  
redazione@economiaitaliana.org

AMMINISTRAZIONE EDITRICE MINERVA BANCARIA S.r.l.  
presso Ptsclas, Viale di Villa Massimo, 29  
00161 - Roma  
amministrazione@editriceminervabancaria.it

Segui Editrice Minerva Bancaria su: 

# Sommario

## Qualità istituzionale, efficienza e produttività nella Pubblica Amministrazione in Italia

### **EDITORIALE**

- 5 Qualità istituzionale, efficienza e produttività nella Pubblica Amministrazione in Italia  
Emma Galli, Alberto Petrucci

### **SAGGI**

- 15 Qualità istituzionale e produttività delle imprese  
Beniamino Quintieri, Francesco Salustri, Giovanni Stamato,  
Simona Mandile
- 51 Opendata e performance degli enti locali. Il caso di OpenCivitas  
Ben Lockwood, Francesco Porcelli, Antonio Schiavone,  
Michela Redoano
- 87 Certezza del diritto ed efficienza giudiziaria in Italia tra il 2005 e il 2021  
Orlando Biele, Annamaria Nifo, Annalisa Pezone, Gaetano Vecchione
- 133 Trasformazione Digitale, Qualità dei Governi e Produttività nelle Regioni Europee  
Nadia Fiorino, Maria Gabriela Ladu

- 159 Institutional quality and public sector performance:  
problems and perspectives  
Marina Cavalieri, Domenico Lisi, Marco F. Martorana, Ilde Rizzo
- 203 L'efficienza temporale nella realizzazione delle opere pubbliche in  
Italia  
Giuseppe Francesco Gori, Patrizia Lattarulo, Maria Rosaria Marino,  
Nicola Carmine Salerno

### **CONTRIBUTI**

- 251 Flat tax all'italiana  
Simone Pellegrino

### **RUBRICHE**

- 287 L'attuazione del PNRR: un percorso ad ostacoli tra efficienza della  
Pubblica Amministrazione, fabbisogno finanziario degli Enti Locali,  
ed eccessiva burocratizzazione  
Riccardo Gabrielli, Giorgio Piccinini
- 301 Dal Made In Italy al Sense of Italy  
Mariano Bella, Luciano Mauro
- 311 L'evoluzione del mercato dei giochi in Italia nel post-COVID  
Stefano Marzioni, Alessandro Pandimiglio, Marco Spallone

# Dal Made In Italy al Sense of Italy

Mariano Bella \*

Luciano Mauro \*

## 1. Introduzione

C'è un rinnovato interesse, anche mediatico e politico-istituzionale (Camera dei Deputati, 2023), per il cosiddetto Made in Italy. *Made in*, tuttavia, esclude - letteralmente - il mondo dei servizi, per esempio turistici. È preferibile spostarsi su un più pregnante meta-*brand* Italia che chiamiamo *Sense of Italy* (SofI). Per identificarlo, è necessario adottare criteri basati su ragionevoli evidenze empiriche. In questo scritto ci limitiamo a valutazioni molto aggregate. I prossimi passi della ricerca riguarderanno l'applicazione dei criteri a settori dei beni e servizi del SofI ben più dettagliati.

---

\* Ufficio Studi Confcommercio, m.bella@confcommercio.it, l.mauro@confcommercio.it

## 2. Criteri di selezione per il SoFI

Sono inclusi nel SoFI beni e servizi in grado di suscitare emozione e riconoscimento nel campo del *country of origin effect*<sup>1</sup>.

Si tratta di beni e servizi la cui fruizione è prevalentemente appannaggio dei consumatori finali (persone fisiche).

I beni e servizi inclusi nel SoFI hanno la caratteristica di contaminarsi reciprocamente e favorevolmente: si importa dall'estero il SoFI perché si è visitata l'Italia e si visita l'Italia perché si è fruito all'estero di prodotti del SoFI. Un'importante, sebbene isolata, evidenza a supporto di tale congettura si desume dalla ricerca Netflix-Enit (Bertoli, 2022) che sottolinea la correlazione tra propensione ad acquistare prodotti italiani e fruizione di contenuti relativi all'Italia.

Nelle tassonomie e nella compilazione delle tabelle rilevanti vengono considerati segmenti appartenenti al SoFI quelli per i quali il saldo della bilancia commerciale è largamente positivo, in assoluto e in percentuale del totale delle esportazioni. La questione del saldo della bilancia commerciale ha rilievo perché prima dell'attrazione di acquirenti-fruitori esteri o dall'estero, il SoFI agisce come catalizzatore di desideri, propensioni ed acquisti degli italiani in Italia: l'auto-contenimento dei flussi turistici e l'auto-attrazione dei beni italiani sostengono produzione e reddito (Bella, 2022) e, al contempo, riducono le importazioni (che entrano con segno negativo nella determinazione del PIL).

Almeno sul piano contabile, per adesso, non tutti i prodotti e i servizi ge-

---

1 Il Country of Origin Effect, traducibile in Effetto Paese d'origine, si riferisce alla pratica dei marketer e dei consumatori di associare i marchi ai Paesi e di prendere decisioni d'acquisto in base al Paese d'origine del prodotto. Ad esempio, tendiamo ad associare la qualità ai giapponesi e la precisione agli svizzeri, così come la creatività e la ricercatezza del bello agli italiani. Ciò significa che i prodotti e i marchi di questi Paesi vengono solitamente acquistati o scartati in base alla nostra percezione del valore associato a questi Paesi.



nuinamente SoFI possono essere inclusi nelle valutazioni empiriche. Nicchie troppo ridotte e segmenti sottili del mercato non sono esplicitamente registrati in voci specifiche nelle più note classificazioni ufficiali.

Un'ulteriore qualificazione generale rispetto ai criteri particolari sopra enunciati è doverosa: non faremo riferimento alle misurazioni del valore aggiunto contenuto nelle esportazioni e nelle importazioni (mettendo a sistema GVC e matrici I-O internazionali). Collegato a questo aspetto, è certamente da menzionare il recente filone di indagine logico-contabile tendente a dare migliore rappresentazione statistica al ruolo dei servizi nel commercio internazionale (WTO, 2019, Eurostat, 2023).

In quest'analisi preliminare, ci limiteremo, invece, alle valutazioni relative al saldo della bilancia commerciale che, comunque, approssima il contributo delle relazioni con l'estero alla formazione della ricchezza nazionale.

In sintesi: il SoFI, per essere tale, deve essere largamente immune dalla dittatura della competitività. In altri termini, anche in presenza di eventuali incrementi nei costi di produzione e, dunque, nei prezzi finali, le quote di mercato detenute dai produttori/esportatori di tali beni manufatti non subirebbero ridimensionamenti apprezzabili. Inoltre, disporre di una burocrazia efficiente, di un equilibrato sistema fiscale, di un sistema logistico-trasportistico funzionante o di una giustizia civile affidabile, giova all'intera economia di una nazione. E, si capisce, un contesto favorevole avvantaggia anche il SoFI: diciamo soltanto che le condizioni del contesto non sono dirimenti per l'affermazione e il successo del SoFI. Definito e governato dal super-brand-Italia, genera potere di mercato persistente, che il mercato stesso non intacca.

Siamo consapevoli che quest'impostazione è piuttosto forte - forse troppo - e anche provocatoria. Ma vale la pena di testarla empiricamente.

### 3. SoFI: evidenze empiriche preliminari

La tabella 1 riporta le principali grandezze relative al SoFI. Le elaborazioni si riferiscono a punti distanti nel tempo, con limite al 2019 (l'ultimo anno statisticamente "normale"). Si è partiti dalle merci oggetto di scambi con l'estero secondo la classificazione ATECO delle attività produttive a livello di categoria (5-digit) e si è proceduto al calcolo dei diversi saldi commerciali settoriali ordinandoli in senso decrescente al fine di individuare quei comparti di attività con domanda estera netta positiva, apprezzabilmente maggiore di zero e persistente nel tempo.

Il numero delle attività produttive prese in esame, poco più di un centinaio, è stato mantenuto costante nelle quattro osservazioni considerate, scegliendo il 2002 come anno di riferimento.

Sotto questo profilo, è emersa una significativa persistenza del modello di specializzazione, in quanto solo poco meno del 6% dei settori esportativi netti scelti per il 2002, non è risultato presente nelle osservazioni successive del 2007, 2014 e 2019, trattandosi, peraltro, di comparti con saldi esteri di entità modesta e, dunque, non tali da essere considerati punti di forza del SoFI.

Si è immaginato che una parte del SoFI sia caratterizzata da quattro A (un'impostazione non nuova nella pubblicistica sull'argomento): l'agroalimentare, l'abbigliamento (comprendente anche oreficeria, gioielleria, articoli sportivi e l'occhialeria), l'arredamento (che include la ceramica, le piastrelle e il marmo) e, infine, le apparecchiature, un agglomerato estremamente vasto di prodotti meccanici ed elettromeccanici che rappresenta il principale punto di forza delle esportazioni manifatturiere italiane, ma del quale si è scelto di considerare solo le due voci elettrodomestici e apparecchi per uso domestico non elettrici, in quanto più direttamente collegati alla fruizione di "esperienze" da

parte dei consumatori in qualsiasi parte del mondo.

La restante parte del *Sense of Italy* è costituita dai servizi limitatamente alla voce viaggi, ossia la spesa per consumi dei non residenti sul territorio italiano, la cui componente prevalente è riconducibile ai flussi turistici *incoming*.

Le due rimanenti voci dei servizi, i trasporti e i servizi assicurativi, che naturalmente non presentano caratteristiche compatibili con la definizione dell'aggregato SofI, sono state considerate per evidenziare come ancora il comparto dei servizi nel suo complesso, con la sola eccezione del turismo, rappresenti un fattore di ritardo (saldi commerciali persistentemente negativi nell'intero periodo considerato, tabella 1) del nostro modello di specializzazione produttiva.

Tali attività di servizi esemplificano la componente c.i.f. (*cost, insurance and freight*) connessa alle esportazioni in generale e, in particolare, di merci (beni fisici), da cui si evince una sostanziale debolezza dei vettori nazionali terrestri, marittimi ed aerei, che restano marginali rispetto ai loro competitor stranieri nell'intercettare i segmenti di domanda di servizi di trasporti e assicurativi, relativa agli scambi internazionali di merci.

Tabella 1 **Uno schema quantitativo per la definizione del Sense of Italy (SoI)**  
milioni di euro a prezzi correnti

	Esportazioni				Saldo (X-M)			
	2002	2007	2014	2019	2002	2007	2014	2019
AGROALIMENTARE (*)	14.128	17.653	25.064	32.682	9.448	11.764	17.482	23.444
ABBIGLIAMENTO (*)	43.481	46.341	54.095	67.388	26.927	24.486	27.712	36.357
ARREDAMENTO (*)	24.085	25.348	21.606	23.722	20.763	19.493	15.530	15.717
APPARECCHIATURE Sense of Italy (*)	8.943	13.425	12.981	15.379	4.457	6.695	7.484	7.725
<b>TOTALE BENI SofI (*)</b>	<b>90.637</b>	<b>102.768</b>	<b>113.746</b>	<b>139.171</b>	<b>61.596</b>	<b>62.437</b>	<b>68.208</b>	<b>83.244</b>
<b>TOTALE BENI</b>	<b>269.064</b>	<b>364.744</b>	<b>398.870</b>	<b>480.352</b>	<b>7.838</b>	<b>-8.596</b>	<b>41.932</b>	<b>56.116</b>
TURISMO CONSUMER (*)	28.232	31.157	34.246	44.307	20.861	17.188	16.430	21.750
SERVIZI DEI TRASPORTI	10.021	13.387	11.810	13.515	-4.161	-7.022	-8.286	-9.795
SERVIZI ASSICURATIVI	2.043	2.036	1.483	917	-1.192	-1.599	-537	-1.736
<b>TOTALE BENI E SERVIZI SofI</b>	<b>118.868</b>	<b>133.925</b>	<b>147.992</b>	<b>183.478</b>	<b>82.457</b>	<b>79.625</b>	<b>84.638</b>	<b>104.993</b>
<b>TOTALE BENI E SERVIZI</b>	<b>329.564</b>	<b>441.837</b>	<b>473.719</b>	<b>567.784</b>	<b>10.222</b>	<b>-5.480</b>	<b>47.122</b>	<b>59.754</b>
PIL	1.350.259	1.614.840	1.627.406	1.796.649				
SALDO BILANCIA COMMERCIALE IN % DEL PIL					0,8	-0,3	2,9	3,3
SALDO BENI E SERVIZI SofI IN % DEL PIL					6,1	4,9	5,2	5,8

(\*) appartengono al **SoI**.

Elaborazioni degli autori su dati Istat.

Mentre si può ipotizzare che il valore aggiunto generato dal consumo di un pasto da parte di uno straniero presso un ristorante italiano sia quasi tutto valore aggiunto italiano (servizi turistici), se non sono presenti alimenti importati, invece la medesima quantità di beni che venisse esportata in forma

di merci oltre la frontiera presso un Paese straniero necessiterebbe di servizi di trasporto e di servizi assicurativi. La tabella 1 suggerisce che, come peraltro noto, la presenza di vettori italiani e di assicuratori italiani operanti nei mercati internazionali è piuttosto ridotta. Pertanto, il valore aggiunto netto italiano derivante dall'esportazione di merci quasi sempre risulta compreso dai costi di trasporto e assicurazione che costituiscono reddito per residenti non italiani (i proprietari delle imprese internazionali di trasporto e assicurazione).

Il tema dell'appropriazione del valore aggiunto generato da beni e servizi esportati si ripropone, con specificità sue proprie, anche nel campo della prenotazione e dell'organizzazione del turismo *incoming*, dove solo la frazione terminale del viaggio pianificato si trasforma in ricchezza nazionale.

I saldi dell'interscambio di beni SoFI risultano ampiamente positivi e crescenti nel tempo e, dunque, contribuiscono in misura nettamente positiva alla formazione del prodotto lordo. Si confrontino le esportazioni e i saldi dei beni SoFI con le esportazioni e i saldi del totale beni, ricordando che è il saldo estero che contribuisce al PIL (e non la mera esportazione). Per quanto riguarda i beni SoFI, esportando nel 2019 circa 139 miliardi di merci si ottiene un saldo netto di 83 miliardi. Per ottenere, invece, come totale beni esportati un saldo di soli 59 miliardi di euro, è necessario costruire capacità esportativa per 480 miliardi di euro. Il concetto di SoFI non può essere meglio spiegato da questi numeri.

Analoga valutazione si desume guardando al totale della bilancia commerciale: per fare poco meno di 60 miliardi di saldo abbiamo bisogno di esportare oltre 567 miliardi tra beni e servizi. Ma se perimetriamo gli eventi al campo del *Sense of Italy* (cioè totale beni e servizi SoFI) contabilizziamo un saldo di 105 miliardi di euro con esportazioni di soli 183,5 miliardi. Le esportazioni italiane che creano ricchezza sono soprattutto esportazioni di SoFI.

La sezione relativa al saldo complessivo dei beni è depressa dalla contabilizzazione della bilancia energetica. In altre parole, si potrebbe obiettare che nella definizione del SoFI si esclude convenientemente l'energia e si imputi ai beni in generale il suo saldo pesantemente negativo. Tenendo conto di questa correzione, cioè escludendo l'energia, il saldo dei beni nel 2019 passerebbe da 56 miliardi di euro a 97 miliardi di euro, solo poco più del saldo dei beni SoFI. Escludendo dal totale della bilancia commerciale l'energia, il saldo SoFI resterebbe superiore al saldo totale esportazioni meno importazioni. L'energia, di cui siamo fortemente deficitari, non muta le evidenze e le considerazioni sull'importanza del SoFI.

Un ulteriore aspetto di capitale rilievo nell'identificazione del SoFI e della sua possibile valorizzazione, risiede nella stabilità dei valori assoluti del contributo alla ricchezza nazionale. Mentre il saldo della bilancia commerciale (alla penultima riga della tabella 1, "totale beni e servizi") mostra un andamento erratico e, verosimilmente, soggetto al ciclo economico interno nazionale ed esterno mondiale, con episodi (come nel 2007) di inversione di segno, il SoFI è cospicuo e stabile. Perché il *Sense of Italy* non dipende dal ciclo economico, perché il valore che gli si riconosce nel mondo consente politiche di prezzo (e di valore medio unitario) fortemente soddisfacenti, perché incorpora quote relativamente ridotte di importazioni e, in generale, di valore aggiunto prodotto all'estero.

L'evidenza è confermata dalle ultime due righe della tabella 1: sul saldo estero del SoFI si può contare, quasi a prescindere dal contesto internazionale.

Vale giusto la pena di sottolineare che la componente del turismo *inbound*, sotto forma di esportazioni di servizi, evidenzia una dimensione rilevante, inferiore come livello alla sola voce dell'abbigliamento delle quattro A, ma superiore alle rimanenti tre. In termini di saldo, il turismo vale un quinto del SoFI

e il 36% del saldo della bilancia commerciale nel complesso (anno 2019).

Naturalmente, tutto questo è non molto di più che una raccolta di indizi. L'idea di SofI sembra, comunque, promettente. Come appare confermato dalle evidenze sintetizzate nella tabella 2 in cui l'economia italiana, in termine di valore aggiunto, aggregato in modo più ampio di quanto fatto nella tabella 1 a causa della mancanza di dati granulari sui valori aggiunti settoriali, è stata disaggregata in due grandi aggregati, SofI e tutto il resto (Altro).

Emerge che nei dieci anni precedenti la pandemia non solo il SofI ha palesato crescita maggiori del resto dell'economia, ma ciò è avvenuto a fronte di variazioni dei propri prezzi impliciti maggiori di quelli del resto delle attività. Ciò evidenzia una vitalità che supera quella del sistema Italia nel complesso.

Tabella 2 **Valore aggiunto ai prezzi base e prezzi impliciti: SofI vs Altro**  
medie aritmetiche quinquennali, v.a. a valori concatenati e deflatori

	2010-2014	2015-2019
	valore aggiunto	
<b>SofI</b>	0,7	1,6
Altro	-0,5	1,4
	prezzi impliciti	
<b>SofI</b>	0,9	1,1
Altro	0,9	0,7

Elaborazioni degli autori su dati Istat.

Per corroborare questo approccio abbiamo eseguito un set di semplici regressioni tra i tassi di variazione annuali nel periodo 1999-2019 del valore aggiunto del SofI e del valore aggiunto dell'aggregato Altro rispetto al PIL mondiale reale (aggregato e pro capite) e del deflatore (prezzo implicito) dello stesso valore aggiunto, con e senza dummy (per selezionare le osservazioni

negative del ciclo economico), separando le osservazioni SofI e Altro (considerato al netto dei servizi pubblici) oppure ponendole a sistema in *panel*. Emerge un quadro abbastanza netto di anelasticità dell'aggregato del SofI (elasticità al prezzo compresa tra -0,2 e -0,5 a seconda delle specificazioni) e un'elevata elasticità al "reddito", alla stregua, insomma, del classico bene di lusso. Rispetto all'aggregato Altro, le cui regressioni appaiono meno centrate (con parametro di prezzo non negativo), la costante dell'equazione del SofI è piccola e statisticamente poco significativa (con segno negativo) a testimoniare una minore esposizione del SofI anche alla travolgente crescita dei paesi emergenti durante il periodo storico considerato.

Per quanto offerte in forma largamente preliminare e incompleta, le evidenze presentate indicano con sufficiente chiarezza che il meta-*brand* Italia va valorizzato, avendo cura di riferirlo non solo alla preziosa manifattura bensì anche ai servizi, in primis di tipo turistico-culturale.

## Bibliografia

- [1] Bella M. (2022), *Appunto sull'attrattività turistica delle regioni italiane*, Stati generali del Turismo, Chianciano, 28 ottobre 2022, sezione pubblica Ufficio Studi Confcommercio, [www.confcommercio.it](http://www.confcommercio.it).
- [2] Bertoli G. (2022), Turismo, immagine del paese, made in Italy, Editoriale, *Micro & Macro Marketing*, vol. 3, pp. 337-381.
- [3] Camera dei Deputati - Servizio Commissioni (2023), *Indagine conoscitiva sul Made in Italy: valorizzazione e sviluppo dell'impresa italiana nei suoi diversi ambiti produttivi*, gennaio.
- [4] Eurostat (2023), *Service trade statistics by modes of supply*, February.
- [5] WTO (2019), *World trade report 2019: the future of services trade*, June.



## PARTNER ISTITUZIONALI



## BUSINESS PARTNER



## SOSTENITORI

Allianz Bank F.A.	ENEL
Arca Fordi SGR	Gentili & Partners
Assonime	Investire SGR
B Capital Partners	ISTAT
Banca Aletti	Kuwait Petroleum Italia
Banca d'Italia	Leonardo
Banca Popolare del Cassinate	Oliver Wyman
Banca Profilo	SACE
Banco Posta SGR	Sisal
Cassa Depositi e Prestiti	TIM
Confcommercio	Unicredit
Confindustria Piacenza	Ver Capital
CONSOB	

Per rinnovare o attivare un nuovo abbonamento  
effettuare un **versamento** su:

c/c bancario n. 10187 Intesa Sanpaolo  
Via Vittorio Veneto 108/b- 00187 ROMA  
IBAN IT92 M030 6905 0361 0000 0010 187

intestato a: **Editrice Minerva Bancaria s.r.l.**

oppure inviare una **richiesta** a:

**amministrazione@editriceminervabancaria.it**

## Condizioni di abbonamento ordinario per il 2024

	<b>Rivista Bancaria Minerva Bancaria</b> bimestrale	<b>Economia Italiana</b> quadrimestrale	<b>Rivista Bancaria Minerva Bancaria</b> + <b>Economia Italiana</b>
Canone Annuo Italia	<b>€ 120,00</b> causale: MBI24	<b>€ 90,00</b> causale: EII24	<b>€ 170,00</b> causale: MBEII24
Canone Annuo Estero	<b>€ 175,00</b> causale: MBE24	<b>€ 120,00</b> causale: EIE24	<b>€ 250,00</b> causale: MBEIE24
Abbonamento WEB	<b>€ 70,00</b> causale: MBW24	<b>€ 60,00</b> causale: EIW24	<b>€ 100,00</b> causale: MBEIW24

L'abbonamento è per un anno solare e dà diritto a tutti i numeri usciti nell'anno.

L'abbonamento non disdetto con lettera raccomandata entro il 1° dicembre s'intende tacitamente rinnovato.

L'Amministrazione non risponde degli eventuali disguidi postali.

I fascicoli non pervenuti dovranno essere richiesti alla pubblicazione del fascicolo successivo.

Decorso tale termine, i fascicoli disponibili saranno inviati contro rimessa del prezzo di copertina.

Prezzo del fascicolo in corso **€ 40,00 / € 10,00** digitale

Prezzo di un fascicolo arretrato **€ 60,00 / € 10,00** digitale

## Pubblicità

1 pagina **€ 1.000,00** - 1/2 pagina **€ 600,00**

Editrice Minerva Bancaria  
COMITATO EDITORIALE STRATEGICO

PRESIDENTE

GIORGIO DI GIORGIO, Luiss Guido Carli

COMITATO

CLAUDIO CHIACCHIERINI, Università degli Studi di Milano Bicocca

MARIO COMANA, Luiss Guido Carli

ADRIANO DE MAIO, Università Link Campus

RAFFAELE LENER, Università degli Studi di Roma Tor Vergata

MARCELLO MARTINEZ, Università della Campania

GIOVANNI PARRILLO, Editrice Minerva Bancaria

MARCO TOFANELLI, Assoreti

# ECONOMIA ITALIANA 2023/2

## Qualità istituzionale, efficienza e produttività nella Pubblica Amministrazione in Italia

Il benessere economico e sociale di un paese è strettamente legato alla qualità delle istituzioni e all'efficienza e all'efficacia della Pubblica Amministrazione, aspetto che di fronte alla sfida della realizzazione del PNRR assume una rilevanza ancora maggiore.

In questo volume, i cui editor sono **Emma Galli** della Sapienza Università di Roma e **Alberto Petrucci** della Luiss Guido Carli, vengono analizzate dal punto di vista empirico alcune problematiche che riguardano il funzionamento del settore pubblico e in particolare gli effetti della qualità istituzionale e dell'efficienza della Pubblica Amministrazione sulla produttività dei fattori e sulla crescita economica, interessando tutti i livelli di governo, nazionale, regionale e locale.

Numerose sono le domande sollevate nei saggi raccolti nel volume: quali sono gli effetti della qualità delle istituzioni sulla crescita e sulla riduzione dei divari territoriali in Italia? Quali i problemi di misurazione della performance dell'Amministrazione Pubblica? Quali legami vi sono tra la Pubblica Amministrazione e la produttività dei fattori delle imprese? Qual è l'impatto sulla digitalizzazione e sulla produttività del lavoro? Quanto pesa la lentezza del sistema della giustizia nelle decisioni di investimento? Qual è l'influenza della pubblicazione dei dati relativi alla spesa pubblica locale e al livello dei servizi pubblici sulle scelte di policy dei governi locali?

Molti i saggi che analizzano tali questioni. **Beniamino Quintieri, Francesco Salustri, Giovanni Stamato e Simona Mandile** trattano degli effetti della qualità istituzionale sul valore aggiunto pro capite e sulla produttività totale dei fattori delle imprese italiane. Il lavoro di **Ben Lockwood, Francesco Porcelli, Antonio Schiavone e Michela Redoano** analizza le implicazioni in termini di *policy* della divulgazione dei dati sulla spesa pubblica e sulla qualità dei servizi a livello locale. **Orlando Biele, Annamaria Nifo, Annalisa Pezone e Gaetano Vecchione** affrontano il tema della certezza del diritto come dimensione istituzionale cruciale per lo sviluppo economico. Il lavoro di **Nadia Fiorino e Maria Gabriela Ladu** esamina la relazione tra la trasformazione digitale e la produttività del lavoro in un campione di 204 Regioni europee. La misurazione della performance e delle diverse dimensioni della qualità istituzionale è oggetto del lavoro di **Marina Cavalieri, Domenico Lisi, Marco F. Martorana e Ilde Rizzo**. Il tema degli appalti pubblici è oggetto del lavoro di **Giuseppe Francesco Gori, Patrizia Lattarulo, Maria Rosaria Marino e Nicola Carmine Salerno**.

Al di fuori del tema monografico, completano il numero il contributo di **Simone Pellegrino** sulla *Flat Tax* e tre rubriche che riguardano, rispettivamente l'attuazione del PNRR (**Riccardo Gabrielli e Giorgio Piccinini**); dal Made in Italy al *Sens of Italy* (**Mariano Bella e Luciano Mauro**); l'evoluzione del mercato dei giochi nel post Covid (**Stefano Marzioni, Alessandro Pandimiglio e Marco Spallone**).

ECONOMIA ITALIANA nasce nel 1979 per approfondire e allargare il dibattito sui nodi strutturali e i problemi dell'economia italiana, anche al fine di elaborare adeguate proposte strategiche e di *policy*. L'Editrice Minerva Bancaria è impegnata a riprendere questa sfida e a fare di Economia Italiana il più vivace e aperto strumento di dialogo e riflessione tra accademici, *policy makers* ed esponenti di rilievo dei diversi settori produttivi del Paese.