



**UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA**

**DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE ED AZIENDALI  
"M. FANNO"**

**CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA**

**PROVA FINALE**

**"STRATEGIE DI ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI DIRETTI  
ESTERI: IL RUOLO DELLE AGENZIE DI PROMOZIONE**

**STRATEGIES FOR ATTRACTING FOREIGN DIRECT INVESTMENTS:  
THE ROLE OF THE INVESTMENT PROMOTION AGENCIES"**

**RELATORE:**

**PROF. ANTONIETTI ROBERTO**


**LAUREANDO: QUERIN MARCO**

**MATRICOLA N. 1216380**

## ANNO ACCADEMICO 2023 – 2024

Dichiaro di aver preso visione del “Regolamento antiplagio” approvato dal Consiglio del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali e, consapevole delle conseguenze derivanti da dichiarazioni mendaci, dichiaro che il presente lavoro non è già stato sottoposto, in tutto o in parte, per il conseguimento di un titolo accademico in altre Università italiane o straniere. Dichiaro inoltre che tutte le fonti utilizzate per la realizzazione del presente lavoro, inclusi i materiali digitali, sono state correttamente citate nel corpo del testo e nella sezione ‘Riferimenti bibliografici’.

*I hereby declare that I have read and understood the “Anti-plagiarism rules and regulations” approved by the Council of the Department of Economics and Management and I am aware of the consequences of making false statements. I declare that this piece of work has not been previously submitted – either fully or partially – for fulfilling the requirements of an academic degree, whether in Italy or abroad. Furthermore, I declare that the references used for this work – including the digital materials – have been appropriately cited and acknowledged in the text and in the section ‘References’.*

Firma (signature) 

## Indice

Introduzione.....	4
Capitolo 1: Il ruolo delle agenzie di promozione degli investimenti .....	5
1.1. Definizione e importanza delle Agenzie di Promozione degli Investimenti.....	5
1.2. Funzioni delle Agenzie di Promozione degli Investimenti .....	6
1.3. Strategie utilizzate dalle Agenzie di Promozione degli Investimenti .....	9
Capitolo 2: Il contesto italiano .....	11
2.1. Panoramica delle Agenzie di Promozione degli Investimenti in Italia .....	11
2.2. Politiche italiane per attrarre IDE.....	14
2.3. Performance delle agenzie italiane .....	16
Capitolo 3: Confronto Internazionale delle Agenzie di Promozione degli Investimenti .....	19
3.1. Panoramica delle agenzie di promozione degli investimenti in altri Paesi .....	19
3.2. Strategie di successo delle agenzie estere: lezioni per l'Italia .....	23
Conclusioni .....	27
Bibliografia.....	29

## Introduzione

L'importanza degli investimenti diretti esteri (IDE) è cresciuta esponenzialmente negli ultimi decenni, divenendo un motore fondamentale per lo sviluppo economico globale. Di conseguenza, le Agenzie di Promozione degli Investimenti (IPA) giocano un ruolo cruciale nell'attrarre capitali stranieri, che favoriscono non solo l'espansione economica del Paese in cui operano ma anche l'implementazione di nuove conoscenze e tecnologie avanzate.

La tesi che segue nel primo capitolo analizza il ruolo delle IPA, esplora le sue funzioni e mette in luce le strategie utilizzate per rendere un territorio attraente agli occhi degli investitori.

Successivamente, viene analizzato il contesto italiano, con un focus su Invitalia e su alcune agenzie regionali, per comprendere come il Paese si posizioni nel panorama competitivo globale. Infine, il terzo capitolo offre un confronto internazionale tra le principali agenzie di promozione degli investimenti, identificando e suggerendo le best practices che potrebbero essere implementate in Italia.

L'obiettivo della tesi è quindi sottolineare l'importanza delle Agenzie di promozione degli investimenti nel contesto economico di un Paese, con una particolare attenzione al contesto italiano, per il quale verranno analizzate le principali sfide e le opportunità di miglioramento e sviluppo.

# Capitolo 1: Il ruolo delle agenzie di promozione degli investimenti

## 1.1. Definizione e importanza delle Agenzie di Promozione degli Investimenti

Le Agenzie di Promozione degli Investimenti, dette IPA (Investment Promotion Agencies) sono entità per la maggior parte pubbliche che si occupano di attrarre investimenti diretti esteri (IDE) per favorire lo sviluppo economico del Paese in cui operano. Queste Agenzie svolgono diverse attività volte a rendere il territorio più attraente per gli investitori, tra cui la promozione del territorio, la fornitura di supporto tecnico e logistico e l'offerta di incentivi fiscali e finanziari. Le IPA possono essere organizzazioni governative, semi-governative o entità private che operano per conto del Governo.

Negli ultimi decenni, l'importanza di queste Agenzie è aumentata notevolmente grazie alla continua crescita della globalizzazione e alla conseguente competizione tra Paesi e Regioni per attirare capitali esteri. Gli investitori oggi hanno molte possibilità su dove investire i loro capitali e la presenza di una IPA efficiente può fare la differenza nel rendere il proprio territorio più competitivo rispetto agli altri. La competizione tra le nazioni, come detto, è estremamente feroce, in quanto i Paesi (e le rispettive Agenzie) offrono incentivi pressoché simili per attrarre gli investimenti, ciò implica che le Agenzie debbano individuare strategie sempre più originali e innovative per differenziarsi dalla concorrenza, come ad esempio fornire incentivi su misura che rispondano alle specifiche esigenze degli investitori, oppure sviluppare i settori di mercato specializzati in cui il Paese ha un vantaggio competitivo.

Gli investimenti diretti sono gli acquisti di quote del capitale azionario di un'impresa che opera in un paese diverso da quello in cui risiede l'investitore diretto, con l'obiettivo di ottenere un interesse durevole e un'influenza significativa nella gestione dell'impresa straniera. La soglia per definire un investimento IDE è l'acquisizione di una quota superiore al 10% nella società target.

Questi investimenti sono un'importante fonte di finanziamento per la maggior parte dei Paesi poiché contribuiscono alla crescita economica del territorio, alla creazione di nuovi posti di lavoro e al trasferimento di tecnologie e competenze.

Lo studio di Barba Navaretti e Venables (2004) mostra che con l'ingresso di una multinazionale all'interno di un Paese possono verificarsi una serie di effetti positivi: le imprese locali possono stringere rapporti di partnership con la multinazionale stessa, beneficiando di nuove tecnologie e conoscenze e aumentando così la produttività e l'efficienza. Questo ingresso, inoltre, porta nuova concorrenza per le imprese locali, spingendole a migliorare, implementando nuove tecnologie, divenendo quindi più competitive e aumentando l'efficienza media del settore.

Uno studio condotto da Sembenelli e Siotis (2008) sull'impatto degli investimenti diretti esteri sulle aziende spagnole evidenzia come l'ingresso delle multinazionali inizialmente riduca i margini di profitto delle imprese nazionali, principalmente a causa di una maggiore pressione competitiva. Tuttavia, a lungo termine, l'effetto negativo sui margini si attenua e viene più che compensato da guadagni in termini di efficienza e spillover tecnologici.

Le IPA per facilitare gli investimenti svolgono anche il ruolo di intermediario tra gli investitori esteri e le autorità locali. Harding e Javorcik (2011) sostengono infatti che le Agenzie di Promozione degli Investimenti sono essenziali per attrarre IDE. Grazie alle loro politiche di promozione attiva aumentano significativamente l'afflusso di capitali stranieri nel Paese.

Sempre secondo gli studiosi, le IPA per essere efficienti devono fornire attivamente informazioni dettagliate sulle opportunità di investimento agli investitori, e aggiornarli sulle condizioni di mercato del territorio e sul quadro normativo del Paese. Questo può essere svolto tramite la produzione di report economici, analisi settoriali e guide sugli investimenti, aiutando quindi gli investitori a prendere decisioni e a sviluppare le strategie di investimento.

Le IPA offrono supporto nella fase di scelta, ma anche durante tutto il processo di investimento, che va quindi dalla pianificazione e decisione fino alla fine della realizzazione del progetto. Questo supporto include l'aiuto nella ricerca del luogo dove investire, la facilitazione nell'ottenimento dei permessi necessari e l'aiuto nel trovare nuovi partner locali. In questo modo, le Agenzie riducono i rischi e le incertezze legate all'investimento in un nuovo territorio aumentando di conseguenza la probabilità di successo del progetto.

## 1.2. Funzioni delle Agenzie di Promozione degli Investimenti

Le funzioni principali svolte dalle Agenzie di Promozione degli Investimenti sono: attrarre, assistere e supportare gli investitori oltre che promuovere il territorio all'estero.

-Attrazione degli Investitori: secondo Mutinelli e Sansoucy (2010), le strategie di attrazione degli investimenti diretti esteri hanno seguito una tendenza di crescente complessità, divenendo sempre

più specializzate e focalizzate sulla qualità del servizio offerto. Questo viene fatto in risposta al clima concorrenziale che, come abbiamo visto, è diventato sempre più esigente.

Per attrarre nuovi investitori, le Agenzie utilizzano e sviluppano campagne di marketing che hanno l'obiettivo di mettere in luce i vantaggi competitivi del territorio, attraverso la collaborazione con media e influencer. Le campagne pubblicitarie sono ideate per raggiungere il più vasto pubblico di potenziali investitori, creando in loro la consapevolezza riguardo alle opportunità di investimento nel territorio. La comunicazione commerciale viene fatta attraverso media tradizionali, come giornali e riviste economiche, oppure sempre più con i media digitali, come i social media.

La partecipazione a fiere internazionali da parte delle IPA offre l'opportunità alle Agenzie di stabilire contatti diretti con potenziali investitori, presentando quindi ad un pubblico mirato di decision maker e influencer del settore, le opportunità di investimento. Grazie a questo contatto diretto, inoltre, possono crearsi relazioni durature tra le due parti.

Il roadshow invece è una tecnica di marketing che permette di mettere in contatto il brand, nel nostro caso il Paese rappresentato, con il suo target di riferimento, gli investitori, nel luogo in cui è più naturale incontrarsi e stabilire relazioni, ovvero la "strada". Le IPA offrono un'esperienza diretta e tangibile delle condizioni locali, organizzando missioni commerciali e visite guidate per gruppi di investitori, presentando a loro il territorio e le sue opportunità. Facendo ciò gli investitori comprendono al meglio il contesto in cui potrebbero operare.

-Assistenza e supporto agli investitori: oltre all'attrazione degli investitori, un compito fondamentale per le IPA è fornire la giusta assistenza e il giusto supporto agli investitori che affrontano la complessità di investire in un nuovo Paese.

L'Agenzia assiste gli investitori innanzi tutto nella ricerca dell'area del Paese più adatta ai loro business e progetti, fornendo un insieme di dati sulle caratteristiche delle diverse regioni, come la presenza di infrastrutture, eventuali mercati di sbocco e forza lavoro qualificata.

Durante tutto il processo di investimento invece, le IPA forniscono consulenza normativa, attraverso la preparazione della documentazione necessaria per permessi o licenze, consulenza fiscale fornendo informazioni sulle questioni fiscali e doganali del Paese ed infine consulenza legale e amministrativa. Questi servizi hanno lo scopo di far comprendere e rispettare le leggi locali agli investitori.

Secondo Crescenzi, Di Cataldo e Giua (2022), l'attrazione di investitori esteri è diventata un compito fondamentale anche per le autorità locali, che agiscono per essere scelte come localizzazione di nuove attività di imprese estere e devono di conseguenza gestire i casi specifici di

acquisizioni, espansioni e crisi. Le Agenzie, infatti, lavorano per agevolare il dialogo tra gli investitori e le autorità locali, mettendo in atto incontri con funzionari governativi e rappresentanti delle istituzioni locali, al fine di risolvere eventuali controversie.

-La promozione del territorio: la promozione del territorio è un'altra funzione chiave delle IPA. Consiste in attività di valorizzazione delle risorse naturali, culturali e infrastrutturali del territorio e iniziative di promozione delle opportunità di investimento nei settori prioritari. Per rendere queste attività efficaci, le IPA lavorano a stretto contatto con le amministrazioni locali o con le associazioni di categoria per sviluppare strategie di promozione quanto più integrate e coerenti. Un tema importante per la promozione del territorio è lo sviluppo di infrastrutture adeguate. Le IPA collaborano con le autorità locali non solo nella promozione del Paese ma anche per migliorare le infrastrutture esistenti che possano attrarre nuovi investitori, costruendo centri di ricerca e sviluppo, parchi industriali e zone economiche speciali. Le IPA pongono particolare importanza sul migliorare la qualità della vita nel territorio, così in fase di promozione elementi come il livello dell'istruzione e della sanità, la sicurezza e l'offerta culturale e ricreativa, possono risultare aspetti importanti per attrarre investitori che cercano non solo opportunità di business, ma anche un ambiente di vita favorevole per sé, ma soprattutto per i propri dipendenti.

Uno studio di Crescenzi, Di Cataldo e Guida (2021), mostra il ruolo fondamentale che hanno le IPA regionali, soprattutto nelle regioni meno sviluppate, dove rispetto alle Agenzie Nazionali, riescono a superare meglio le asimmetrie informative e i fallimenti istituzionali, grazie ad una conoscenza più approfondita delle condizioni locali, facilitando così l'afflusso di capitali esteri.

Lo studio pone particolare attenzione sull'efficacia delle IPA regionali rispetto a quelle nazionali. Gli autori utilizzano il metodo difference in differences (dif-in-dif), tecnica che permette di misurare gli effetti di un "trattamento", in questo caso la presenza dell'agenzia regionale, confrontando le variazioni intervenute nella dinamica delle performance di due gruppi di soggetti, distinguendo quelli con e senza la presenza dell'agenzia. Nella tabella vediamo che grazie alle strategie delle IPA regionali aumentano la probabilità, di circa il 4%, e il valore, di circa il 20%, degli afflussi di IDE nei settori target. Questi risultati sono in linea con le aspettative teoriche degli studiosi, grazie alla loro vicinanza alle condizioni operative locali, le agenzie regionali risultano più efficaci nel facilitare l'attrazione di IDE rispetto a quelle nazionali. (Tabella 1).

Tabella 1: Risultati dello studio.

	FDI dummy				million \$ FDI			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
National IPA strategy	0.0105 (0.00912)			-0.0141 (0.0150)	0.0358 (0.0404)			-0.0588 (0.0679)
Regional IPA strategy		0.0392* (0.0221)	0.0383* (0.0224)	0.0401* (0.0222)		0.201** (0.0930)	0.201** (0.0942)	0.204** (0.0931)
Country-sector-year dummies			✓	✓			✓	✓
Region-year dummies	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Sector-year dummies	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Region-sector dummies	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Observations	74,923	27,441	27,441	27,441	74,923	27,441	27,441	27,441
Region-sectors	5000	1920	1920	1920	5000	1920	1920	1920
R-squared	0.533	0.546	0.592	0.546	0.577	0.584	0.630	0.590

Fonte: Crescenzi, Di Cataldo e Guida (2021), pagina 8.

### 1.3. Strategie utilizzate dalle Agenzie di Promozione degli Investimenti

Per svolgere efficacemente le loro funzioni, le agenzie di promozione degli investimenti utilizzano una varietà di strumenti e strategie.

-La prima strategia che analizziamo è il marketing territoriale.

Il marketing territoriale è una strategia chiave utilizzata dalle IPA per attirare investimenti. Le Agenzie attraggono investimenti tramite la promozione attiva delle caratteristiche uniche del territorio, come la qualità della vita, le infrastrutture disponibili e le risorse naturali.

Anderson e Sutherland (2015) evidenziano che le agenzie di promozione degli investimenti sono particolarmente efficaci nell'attrarre investimenti diretti esteri (IDE) grazie alla loro capacità di presentare il territorio in modo professionale e convincente.

Le Agenzie per farsi pubblicità utilizzano vari strumenti di comunicazione, tra cui il proprio sito web, i social media, brochure informative e video promozionali. I siti web risultano essere spesso il primo punto di contatto per gli investitori esteri. Attraverso il proprio sito, infatti, l'Agenzia offre una vasta gamma di informazioni, dati economici e statistici, guide per gli investimenti e dettagli sui servizi che vengono offerti. I siti web più sviluppati includono inoltre strumenti interattivi che mostrano le varie opportunità in modo molto più approfondito.

I social media negli ultimi anni sono diventati uno strumento sempre più importante per le IPA, essendo piattaforme che permettono alle Agenzie di raggiungere un vasto pubblico di potenziali investitori e interagire con loro in modo diretto. Attraverso i social, inoltre, la condivisione di notizie e aggiornamenti o la promozione degli eventi risulta essere più immediata ed efficace.

Le brochure informative e i video promozionali sono progettati dalle IPA per presentare il territorio in modo accattivante e convincente, ovviamente mettendo in evidenza i punti di forza e i vantaggi

competitivi del Paese. Questi strumenti sono quindi molto importanti per la strategia commerciale e possono essere distribuiti alle fiere o inviati direttamente ai potenziali investitori.

#### -Incentivi fiscali

Al fine di rendere il territorio più attraente agli occhi degli investitori, le IPA forniscono incentivi fiscali e finanziari, come esenzioni, sussidi, agevolazioni sui costi di avviamento e altri benefici economici.

Gli incentivi più comuni offerti sono le esenzioni fiscali, riduzioni concesse sul pagamento delle imposte sui redditi, sull’IVA o sulle proprietà, che possono essere temporanee o permanenti.

I sussidi invece sono contributi a fondo perduto, come ad esempio prestiti a tasso agevolato o garanzie sui prestiti, solitamente destinati a settori specifici come la ricerca e lo sviluppo, l’innovazione tecnologica e progetti che favoriscono la sostenibilità ambientale.

Le agevolazioni sui costi di avviamento sono progettate per ridurre i costi iniziali, riducendo ad esempio i costi sull’affitto o il costo per i servizi pubblici. Aiuti che comprendono anche le spese di consulenza e assistenza tecnica favorendo così soprattutto le piccole e medie imprese (PMI), che spesso hanno risorse limitate.

#### -La facilitazione dei processi burocratici

Infine, un aspetto fondamentale per le IPA è la semplificazione dei processi burocratici. Può essere fatto attraverso la riduzione dei tempi e dei costi per l’ottenimento dei permessi e delle licenze oppure diminuendo il numero di documenti richiesti. In aiuto a questo possono essere introdotte procedure elettroniche e automatizzate. In molti Paesi, le Agenzie collaborano con le autorità locali per creare strutture centralizzate dove gli investitori possono ottenere tutti i permessi necessari in un unico luogo.

Per quanto riguarda l’aspetto legale e amministrativo, le IPA non solo agiscono per far comprendere i regolamenti agli investitori ma collaborano con le autorità locali per rendere più snelle e trasparenti eventuali controversie legali che possono sorgere durante la realizzazione del progetto.

## Capitolo 2: Il contesto italiano

### 2.1. Panoramica delle Agenzie di Promozione degli Investimenti in Italia

Le Agenzie che si occupano della promozione degli investimenti in Italia e del suo sviluppo economico sono: Invitalia che opera a livello nazionale, ed altre diverse agenzie regionali specializzate, come Veneto Sviluppo, Lazio Innova e Puglia Sviluppo. Le agenzie regionali si concentrano principalmente sullo sviluppo delle loro rispettive aree, offrendo incentivi e supporto alle imprese locali, e collaborano con Invitalia e le autorità locali per promuovere le specificità dei loro territori, rendendoli più attraenti per gli investitori.

In questo capitolo esploreremo il ruolo che hanno queste agenzie nel promuovere la crescita del Paese, analizzando le strategie adottate.

#### **Invitalia**

Invitalia è l'Agenzia nazionale di proprietà del Ministero dell'Economia, che si occupa di attrazione degli investimenti e sviluppo economico nell'intero Paese. L'obiettivo di Invitalia è aumentare la competitività del Paese e creare nuove opportunità di lavoro, attraverso l'attrazione degli IDE e la promozione del territorio.

Invitalia offre servizi di assistenza tecnica, garantisce finanziamenti agevolati e fornisce consulenza alle aziende per l'accesso ai fondi europei. L'Agenzia svolge quindi un ruolo fondamentale per lo sviluppo del Paese, supportando sia le grandi imprese che le PMI (piccole e medie imprese), nel 2023 ha sostenuto oltre 64.000 aziende e ha contribuito a creare e salvaguardare 31.000 posti di lavoro, per il 48% dei casi nel Mezzogiorno.

Vedendo i dati del sito di Invitalia, notiamo che il valore delle agevolazioni ammesse passa da 4,6 miliardi di euro del 2022 a 5,9 miliardi di euro del 2023 grazie all'aumento del valore medio degli investimenti supportati. Questi 5,9 miliardi sono suddivisi in: 2,5 miliardi di euro per la realizzazione di grandi investimenti, 2,3 miliardi di euro per il rafforzamento del sistema produttivo, 49 milioni per la nascita di nuove imprese e 103 milioni per sostenere le imprese nelle aree di crisi. Il valore degli investimenti attivati tramite queste agevolazioni è di 23,4 miliardi di euro, di cui il 26% nel Mezzogiorno.

Una delle priorità dell'Agenzia è la spinta all'innovazione, le agevolazioni ammesse per la ricerca in questo settore sono di 1,1 miliardi di euro, suddivisi in 682 milioni di euro per lo sviluppo delle

filiere della microelettronica e dell'idrogeno, 372 milioni di euro per sostenere i processi di trasformazione e innovazione sostenibile, 60 milioni di euro per 122 startup e Pmi innovative e 18 milioni di euro per favorire la tutela dei brevetti.

Per quanto riguarda i servizi di consulenza specialistica, Invitalia ha sostenuto 46 progetti, di cui 15 destinati alla digitalizzazione dei servizi al cittadino e alla coesione territoriale, per un valore totale di 80,3 milioni di euro.

Rilevante è anche l'impegno in favore della cultura, attraverso gli incentivi sono stati supportati 1.800 progetti nell'ambito del turismo e della tutela del patrimonio artistico e culturale, che hanno attivato investimenti per 134 milioni di euro, di cui il 37% nel Mezzogiorno.

Sempre attivo, inoltre, il dialogo con il territorio: in particolare il Gruppo ha tenuto aperto costantemente il rapporto con gli stakeholder, anche attraverso l'organizzazione di 187 eventi. (Invitalia, 2024)

### **Agenzie Regionali**

Oltre ad Invitalia, in Italia sono presenti numerose agenzie regionali, come Veneto Sviluppo, Lazio Innova e Puglia Sviluppo, che operano sempre con l'obiettivo di attrarre investimenti sul loro territorio. Queste agenzie collaborano sia con Invitalia che con le autorità locali, fornendo incentivi e agevolazioni regionali.

L'importanza di queste agenzie è cruciale per lo sviluppo economico locale e la promozione delle specificità regionali. Lo studio di Crescenzi, Di Cataldo e Giua (2022) mostra che le regioni prive di un'agenzia di promozione degli investimenti stiano perdendo un'opportunità e siano meno competitive. In Italia le regioni che non hanno una agenzia di promozione degli investimenti sono 6, e tra queste 4 sono del Mezzogiorno. Questo significa che la metà delle regioni del Mezzogiorno non fa promozione attiva degli investimenti a livello regionale e si tratta di un punto di particolare attenzione, visto che i risultati dello studio evidenziavano che sono proprio le regioni europee più svantaggiate a beneficiare maggiormente di questo strumento di politica pubblica quando lo attivano e lo dotano di chiare priorità strategiche in termini settoriali.

Veneto Sviluppo è la società finanziaria controllata al 100% dalla Regione del Veneto, che contribuisce a sviluppare e sostenere la crescita economica regionale e lo fa attraverso l'attivazione e la gestione di specifici strumenti finanziari a favore delle piccole e medie imprese venete appartenenti a pressoché tutti i settori di attività economica. L'Agenzia collabora attivamente con le imprese locali per rendere la regione sempre più attrattiva per gli investitori esteri.

La società, nell'ultimo anno, ha sostenuto l'economia del Veneto attraverso strumenti agevolativi, offrendo supporto finanziario alle PMI venete, soprattutto in termini di liquidità e investimenti. Sono state approvate 3.294 nuove concessioni di agevolazioni per un valore complessivo di oltre 243 milioni di euro e oltre 19 milioni di euro in contributi a fondo perduto. Veneto Sviluppo ha perfezionato 36 operazioni dall'istituzione del fondo Veneto Minibond, con emissioni di titoli di debito per un valore complessivo di circa 227,3 milioni di euro, di cui 48 milioni sottoscritti dal fondo. Nel 2023 inoltre sono state concluse 2 operazioni per un investimento totale di 4,5 milioni di euro.

La società infine ha continuato a gestire le sue partecipazioni in diverse aziende, fornendo supporto per affrontare le sfide economiche. (Veneto Sviluppo, 2024)

Lazio Innova è una società della Regione Lazio, partecipata anche, con quota di minoranza, dalla Camera di Commercio di Roma, che si occupa dello sviluppo economico regionale. La società garantisce alle imprese e alla pubblica amministrazione locale servizi come l'erogazione di incentivi, sostegno al credito e rilascio di garanzie, interventi nel capitale di rischio, promozione delle reti d'impresa e delle eccellenze regionali, e infine servizi per nascita e sviluppo d'impresa.

L'Agenzia sostiene diversi progetti di ricerca, sviluppo e innovazione, con particolare attenzione alle aree di specializzazione intelligenti del Lazio, come la green economy e le scienze della vita. Per quanto riguarda la digitalizzazione, Lazio Innova ha sviluppato la piattaforma "GeCoWEB Plus" per migliorare la gestione delle misure agevolative.

Nel 2023 sono stati attivati nuovi strumenti finanziari, come il "Nuovo Fondo Piccolo Credito" e il "Fondo Patrimonializzazione PMI Lazio", per facilitare l'accesso al credito delle PMI. Inoltre, è stata lanciata l'iniziativa Basket Bond Lazio per supportare l'emissione di Minibond da parte delle imprese del Lazio. Lazio Innova, infine, sempre nel corso del 2023 ha continuato a implementare il programma "Lazio Innova Green", che prevede investimenti per l'efficientamento energetico delle sedi aziendali e della rete Spazio Attivo. (Lazio Innova, 2024)

Puglia Sviluppo, infine, è l'agenzia che affianca la Regione Puglia nell'attrarre investimenti e nel sostenere lo sviluppo economico del territorio. Fornisce diversi strumenti finanziari, tra cui fondi di garanzia e finanziamenti agevolati, offrendo supporto alle imprese locali nella loro crescita e internazionalizzazione.

L'Agenzia finanzia le piccole imprese innovative e startup che intendono avviare o sviluppare piani di investimento a contenuto tecnologico, attraverso il fondo TecnoNidi. Le agevolazioni prevedono un contributo a fondo perduto e un prestito rimborsabile a tasso agevolato sulle spese per

investimenti tecnologici, nonché un ulteriore contributo a fondo perduto per le spese di gestione sostenute nei primi 12 mesi di attività. L’Agenzia sostiene anche le imprese nella realizzazione di investimenti nel settore turistico, per il recupero e la rifunzionalizzazione del patrimonio immobiliare esistente. (Puglia Sviluppo, 2024).

## 2.2. Politiche italiane per attrarre IDE

L'Italia ha adottato una serie di incentivi fiscali e finanziari per attrarre investimenti diretti esteri (IDE). Tra questi, il Credito d'Imposta, fino al 20%, per gli Investimenti nel Mezzogiorno rappresenta una misura significativa, mirata a stimolare gli investimenti nelle regioni del Sud Italia, storicamente meno sviluppate rispetto al resto del Paese. Tale incentivo prevede una detrazione fiscale per le imprese, che effettuano investimenti in beni strumentali materiali e immateriali 4.0 e destinati a strutture produttive situate nel Mezzogiorno.

Un altro importante incentivo è il Patent Box che consiste in un regime di tassazione agevolata per i redditi derivanti dall'utilizzo di brevetti, software protetti da copyright, design industriale, modelli di utilità e know-how giuridicamente tutelato. Progettato per stimolare l'innovazione e l'investimento in ricerca e sviluppo, contribuisce quindi a rendere l'Italia più competitiva a livello internazionale.

Il superammortamento è definito come agevolazione fiscale, che consente alle imprese di dedurre una quota maggiore del costo di acquisto dei beni strumentali nuovi rispetto al loro valore contabile. Introdotto sempre con l’intento di stimolare gli investimenti in beni strumentali e tecnologie avanzate, favorendo il rinnovo del parco macchine e l'adozione di tecnologie innovative.

(Agenzia delle Entrate, 2024).

### **Riforme normative e burocratiche**

Il governo italiano negli ultimi anni ha intrapreso diverse riforme normative e burocratiche, che si suddividono in: riforme “orizzontali” che puntano a migliorare l’equità, l’efficienza e la competitività del Paese, come ad esempio la riforma della Pubblica Amministrazione e la riforma della giustizia; riforme “abilitanti” che consentono di abbattere le barriere agli investimenti pubblici e privati, attraverso programmi di semplificazione normativa e burocratica; ed infine riforme “settoriali” che consistono in innovazioni normative, come la semplificazione delle procedure per l’approvazione di progetti, relative a specifici ambiti di intervento come progetti su fonti rinnovabili o progetti di innovazione tecnologica.

Queste riforme sono poi accompagnate da iniziative che migliorano l’accesso ai servizi, attraverso la digitalizzazione, tra cui l’introduzione dello SPID (Sistema pubblico di identità digitale) che

consente ai cittadini e alle imprese di accedere ai servizi online della pubblica amministrazione con un'identità digitale. Iniziative che facilitano l'interazione con le istituzioni, riducendo costi e tempi associati alle pratiche burocratiche. (Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, 2024).

### **Settori prioritari per gli investimenti**

L'Italia ha identificato diversi settori prioritari per gli investimenti che forniscono significative opportunità per gli investitori stranieri, grazie alla presenza di competenze locali, infrastrutture adeguate e mercati di sbocco dinamici. Gli IDE permettono di specializzarsi ulteriormente nei settori in cui il Paese possiede già un vantaggio competitivo, accrescendone i livelli occupazionali e gli investimenti nella ricerca e nello sviluppo. Tra questi settori, l'industria manifatturiera occupa una posizione di rilievo: è infatti la seconda economia manifatturiera più grande d'Europa (1.076 miliardi di euro di valore della produzione). In particolare, nel settore farmaceutico, dove operano con successo sia imprese nazionali sia multinazionali, l'Italia ha affermato il proprio ruolo di primo produttore europeo, con una produzione farmaceutica pari a 49 miliardi di euro nel 2022. (Dati della Federazione Europea dell'Industria Farmaceutica).

Il settore dell'energia rinnovabile costituisce un'area di grande priorità. L'Italia si è prefissata ambiziosi obiettivi di sviluppo delle energie rinnovabili da perseguire e, a tale scopo, offre una serie di incentivi per gli investimenti in questo settore, tra cui tariffe incentivanti per la produzione di energia da fonti rinnovabili, contributi a fondo perduto e finanziamenti agevolati. Questa strategia ha permesso di registrare una crescita del 28% sugli investimenti sostenibili, raggiungendo i 25 miliardi di dollari di capitale investito. Tali incentivi mirano a promuovere la transizione energetica e a ridurre la dipendenza dalle fonti fossili.

Il turismo costituisce un settore strategico di rilevanza fondamentale per l'Italia, grazie al suo ricco patrimonio culturale e naturale. Si posiziona, infatti, al primo posto nella classifica UNESCO per numero di siti patrimonio dell'umanità (59 dichiarati) ed è il Paese dell'Unione Europea più visitato dai turisti di molti Paesi del G7, del G20 e di altri Paesi o aree rilevanti. Il governo italiano ha adottato diverse iniziative per promuovere il turismo sostenibile e attrarre investimenti nel settore, come la valorizzazione delle destinazioni meno conosciute, la promozione delle eccellenze enogastronomiche e la riqualificazione delle infrastrutture turistiche.

L'agroalimentare è un altro settore di primaria importanza, con un focus sulla promozione dei prodotti tipici italiani e sull'innovazione delle tecniche di produzione. L'Italia è rinomata a livello mondiale per la qualità dei suoi prodotti agroalimentari e il governo supporta attivamente gli

investimenti in questo settore attraverso incentivi fiscali, contributi a fondo perduto e programmi di promozione all'estero. (Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, 2024)

## 2.3. Performance delle agenzie italiane

### Statistiche e tendenze degli IDE in Italia

Le classifiche internazionali hanno una notevole capacità di influenzare le decisioni di localizzazione degli investimenti, avendo un forte impatto sulla percezione degli investitori e incidendo sulle prime fasi di valutazione riguardanti il "clima economico" dei Paesi dove si intende investire.

Nonostante alcune criticità, il nostro Paese gode di una percezione positiva confermata da diversi indici internazionali:

Il "brand Italia" è al nono posto nel 2023 per valore economico e forza del marchio-Paese sotto un profilo economico-numeric, secondo lo studio di Brand Finance. (Brand Director, 2024).

L'ultimo rapporto Foreign Direct Investment Confidence Index 2024, elaborato annualmente dall'Agenzia Kearney, colloca l'Italia all'undicesimo posto tra le 25 economie più attrattive per gli investimenti diretti esteri. (Kearney, 2024).

Il Global Attractiveness Index 2023 (GAI) di The European House Ambrosetti invece posiziona l'Italia al diciassettesimo posto su 146 Paesi analizzati, evidenziando un notevole miglioramento e registrando la maggiore variazione nel ranking del Paese dalla nascita del GAI (nel 2017 l'Italia occupava la venticinquesima posizione). Nonostante questo miglioramento, l'Italia risulta essere il Paese meno attrattivo del G7 (Canada, Francia, Germania, Italia, Giappone, Stati Uniti, Regno Unito, Stati Uniti). Il GAI è un Indice relativo, in quanto sottopone ogni economia al confronto con il miglior performer (nel 2023, la Germania), prendendo a riferimento quattro macroaree (apertura, innovazione, dotazione ed efficienza) e quattro sotto-indici complementari, focalizzati a misurare la sostenibilità, la dinamicità, l'orientamento al futuro e l'esposizione al conflitto russo-ucraino. (The European House Ambrosetti, 2023).

L'attrattività dell'Italia come destinazione per gli IDE è sostenuta da molti fattori, quali la posizione geografica strategica, l'elevata qualità della forza lavoro e la presenza di un ampio mercato interno. Lo studio condotto dall'Unctad (2024), riporta alcuni dati che mostrano l'aumento costante in termini di IDE attratti dall'Italia negli ultimi venti anni. L'Italia passa dai 122 milioni di dollari di investimenti in entrata, ai 328 nel 2010, fino ad arrivare ai 493 del 2023, dove c'è stato un aumento dell'8% rispetto all'anno precedente. (Tabella 2).

Tabella 2: IDE in entrata in milioni di dollari, in Italia.

	YEAR	2000	2010	2023
<b>ECONOMY</b>				
Italy		122 533	328 058	493 530

Fonte: Unctad (2024).

### **Analisi delle principali sfide per l'Italia**

Nonostante i successi e i progressi che abbiamo visto ed analizzato, l'Italia deve affrontare ancora alcune sfide per colmare il gap con le altre potenze mondiali, come Germania, Stati Uniti e Regno Unito.

Lo studio di Basile, Benfratello e Castellani (2005) mostra che la complessità della burocrazia, la lentezza del sistema giudiziario e la carenza di infrastrutture moderne in alcune aree, rappresentino degli ostacoli molto significativi per gli investitori esteri. Sostengono inoltre che siano proprio questi fattori il motivo principale della differenza di IDE attratti rispetto alle altre superpotenze.

L'Italia è ancora percepita come un paese con una burocrazia lenta e complessa, che scoraggia gli investitori provenienti da paesi con sistemi amministrativi più snelli. Per quanto riguarda il sistema giudiziario, i lunghi tempi di risoluzione delle controversie legali rappresentano un ostacolo per gli investitori, che preferiscono operare in paesi con sistemi legali più rapidi ed efficienti.

Sempre secondo Basile, Benfratello e Castellani gli sforzi compiuti dalle istituzioni regionali per migliorare l'attrattiva della loro area, sia investendo nell'istruzione, negli investimenti in R&S, nelle infrastrutture e nei salari, sia migliorando l'attrattiva percepita attraverso la costruzione dell'immagine, la promozione e il marketing territoriale, potrebbero rivelarsi uno sforzo inutile, nella misura in cui gli ostacoli nazionali che deprimono gli investimenti non vengono rimossi

### **Opportunità di miglioramento e sviluppo**

L'Italia in collaborazione con le agenzie di promozione, per raggiungere il livello delle altre superpotenze economiche globali, deve continuare a lavorare per semplificare le procedure burocratiche, migliorando l'efficienza dei servizi pubblici offerti e modernizzando il sistema giudiziario, rendendolo più efficiente e trasparente. Continuare a mantenere attivi i rapporti di collaborazione tra settore pubblico e privato, e quindi tra le imprese, le università e i centri di ricerca, tramite la creazione di cluster industriali e progetti di ricerca congiunti. Ed infine, proseguire nella promozione delle eccellenze locali e nella valorizzazione del patrimonio culturale e naturale, valori che rappresentano un forte elemento attrattivo per gli investitori. Come introdotto

l'Italia dispone di un ricco patrimonio culturale, storico e naturale che potrebbe essere valorizzato maggiormente per attrarre investimenti non solo nel turismo, ma anche nell'agroalimentare e in altri settori legati alla cultura e al territorio. Le agenzie italiane devono concentrarsi maggiormente nel promuovere queste eccellenze a livello internazionale, sviluppando strategie di marketing mirate e partecipando sempre di più a eventi e fiere globali.

## Capitolo 3: Confronto Internazionale delle Agenzie di Promozione degli Investimenti

### 3.1. Panoramica delle agenzie di promozione degli investimenti in altri Paesi

Come analizzato in precedenza, le agenzie di promozione degli investimenti svolgono un ruolo cruciale nell'attrarre investimenti diretti esteri, favorendo la crescita economica e lo sviluppo dei rispettivi Paesi.

In questo capitolo analizzeremo le strategie utilizzate da alcune delle IPA più importanti e sviluppate a livello globale: Germany Trade & Invest (Germania), Economic Development Board (Singapore), SelectUSA (Stati Uniti) e Apex-Brasil (Brasile) e i risultati ottenuti negli ultimi anni. Come vedremo, queste agenzie rappresentano modelli di successo per la promozione di investimenti internazionali, ognuna con approcci diversi, ma tutte accomunate dall'obiettivo di creare un ambiente favorevole agli investitori stranieri.

#### **Germania: Germany Trade & Invest**

La Germania è uno dei principali attori globali nell'attrazione degli investimenti diretti esteri, grazie al lavoro della sua agenzia Germany Trade & Invest (GTAI). Tale Agenzia è responsabile della promozione del Paese come destinazione d'investimento e del supporto alle imprese straniere che desiderano stabilirsi o espandersi nel territorio tedesco. Offre una vasta gamma di servizi, tra cui la consulenza gratuita su questioni normative, fiscali e legali, l'assistenza nella ricerca di location e l'organizzazione di incontri con partner commerciali e istituzioni locali.

Zhou (2023) afferma che la Germany Trade & Invest è essenziale per il proprio Paese nel creare un ambiente favorevole agli investimenti, offrendo supporto e risorse alle aziende straniere che desiderano stabilirsi o espandersi in Germania, con una particolare attenzione all'industria automobilistica. L'Agenzia può essere quindi considerata come un elemento chiave nella strategia di integrazione economica dell'intero Paese.

Uno dei maggiori punti di forza della Germania è la stabilità economica, affiancata da un'infrastruttura altamente sviluppata e da una forza lavoro altrettanto qualificata. GTAI permette di risaltare questi aspetti attraverso campagne di marketing mirate, partecipazione a fiere internazionali e pubblicazione di rapporti dettagliati sul mercato. La Germania è anche nota per il

suo sistema di formazione professionale duale, che garantisce una forza lavoro specializzata: fattore che attira molte aziende straniere.

La combinazione di diversi incentivi offerti dal Paese, supportati opportunamente dall'agenzia stessa GTAI, rende la Germania una destinazione molto attraente per gli investitori esteri. Tra i principali incentivi fiscali e finanziari messi a disposizione, vi sono crediti d'imposta sia per la ricerca che per lo sviluppo, sovvenzioni a favore dell'innovazione e finanziamenti agevolati per l'avvio di progetti in settori strategici, come quelli delle energie rinnovabili, della tecnologia dell'informazione e della biotecnologia.

Secondo lo studio annuale sugli IDE di Germany Trade & Invest (GTAI), nel 2023 il Paese ha attirato investimenti per un valore di 34,8 miliardi di euro, con un aumento annuale del volume del 37,5% rispetto all'anno precedente, la cui cifra ammontava a 25,3 miliardi di euro.

I progetti più rilevanti sono stati sviluppati nei settori della digitalizzazione, della sanità, dell'energia, dell'elettronica e dell'automazione, nonché della mobilità e logistica.

Gli Stati Uniti rappresentano il principale paese di origine di tali investimenti, seguiti da Svizzera, Cina, Regno Unito, Paesi Bassi e Francia. Il 36% dei progetti di IDE proviene da paesi dell'Unione Europea, mentre il 28% è originario di paesi europei non appartenenti all'UE. (Germany Trade & Invest, 2024)

### **Singapore: Economic Development Board**

Il Singapore Economic Development Board (EDB) è un ente appartenente al Ministero del Commercio e dell'Industria del Governo di Singapore che ha il compito di pianificare e implementare strategie per favorire gli investimenti esteri e promuovere la crescita economica della città, concentrandosi su settori come la tecnologia, la biomedicina, i servizi finanziari e la logistica.

L'ambiente di business di Singapore viene considerato altamente attraente, in quanto caratterizzato da una burocrazia minima, una tassazione competitiva e un sistema legale trasparente: tutti elementi che favoriscono l'attrazione di nuovi investitori. L'Agenzia EDB sfrutta questi vantaggi per cercare di attirare investitori da tutto il mondo, offrendo loro una vasta gamma di incentivi fiscali e finanziari soprattutto nel settore della ricerca e sviluppo.

Un elemento fondamentale a cui EDB deve il suo successo risiede nella capacità di adattarsi prontamente ai cambiamenti globali e di sviluppare strategie innovative per stimolare investimenti. L'Agenzia ha recentemente lanciato iniziative per promuovere Singapore come centro di innovazione per le tecnologie verdi e sostenibili, offrendo incentivi specifici alle aziende attive in questo settore. Finegold, Wong e Cheah (2023) dimostrano infatti come Singapore abbia adattato la

propria strategia di attrazione degli investimenti per favorire lo sviluppo dell'economia della conoscenza. Gli autori sottolineano in particolare come le politiche governative, le iniziative di sviluppo e le collaborazioni internazionali permettano a Singapore di attirare investimenti, soprattutto nel settore biotecnologico.

Singapore è rinomata per la sua eccellente infrastruttura, porti e aeroporti di classe mondiale, affiancata da un sistema di trasporti efficiente e una rete di comunicazione avanzata. EDB promuove attivamente questi aspetti negli eventi internazionali e attraverso campagne di marketing, evidenziando la città stessa come un hub logistico e commerciale ideale per le aziende che operano nella zona Asia-Pacifico.

Secondo i dati UNCTAD del 2024, Singapore ha attratto investimenti per un valore di 160 miliardi di euro nel 2023, riscontrando un incremento annuale del 13% rispetto ai 141 miliardi di euro del 2022. (UNCTAD, 2024)

(Singapore Economic Development Board, 2024)

### **Stati Uniti: SelectUSA**

SelectUSA è l'agenzia del governo federale degli Stati Uniti dedicata alla promozione degli investimenti diretti esteri nel Paese. Fondata nel 2011, SelectUSA ha come missione quella di facilitare l'investimento in tutti i settori dell'economia statunitense, aiutando le imprese straniere ad entrare e ad espandersi nel mercato americano. L'agenzia offre un'ampia selezione di servizi, tra cui la consulenza su questioni normative e legali, l'assistenza nella ricerca di location e il supporto per navigare il sistema regolatorio degli Stati Uniti.

L'ambiente di investimento americano risulta essere altamente favorevole per gli investitori in quanto caratterizzato da un mercato vasto e dinamico, un sistema legale trasparente e un ecosistema di innovazione all'avanguardia. SelectUSA sfrutta questi punti di forza per attrarre investitori da tutto il mondo, promuovendo gli Stati Uniti come una delle principali destinazioni di investimento globale.

Gli USA infatti sono stati classificati come la principale destinazione per gli investimenti diretti esteri per il dodicesimo anno consecutivo, secondo l'Indice elaborato dall'agenzia Kearney. (Kearney, 2024)

Il sondaggio annuale condotto tra dirigenti senior globali e investitori ha rilevato che gli Stati Uniti mantengono il primo posto grazie alla crescente forza dell'economia nazionale e alla fiducia dei consumatori. Gli investitori stranieri sono stati incoraggiati dalla crescita del PIL, che nel 2023 ha

superato le aspettative, grazie ad una robusta spesa sia da parte dei consumatori che del governo, entrambi favoriti inoltre dai livelli elevati di esportazione.

La posizione degli Stati Uniti è rafforzata anche dall'operato del programma SelectUSA, il quale facilita gli investimenti aziendali che generano posti di lavoro nel paese e sensibilizza sulla cruciale importanza dello sviluppo economico statunitense. Sin dalla sua istituzione, l'Agenzia ha agevolato l'investimento di oltre 200 miliardi di dollari di investimenti diretti esteri, sostenendo più di 200.000 posti di lavoro in tutto il territorio degli Stati Uniti.

Un elemento di particolare importanza che favorisce lo sviluppo del mercato americano è il SelectUSA Investment Summit, il più importante evento dedicato alle imprese che stanno valutando un investimento nel Paese o che sono già sul mercato ma vogliono rafforzare la propria presenza. Questo evento facilita il networking e promuove nuove partnership.

Sempre allo scopo di attrarre nuovi investimenti, tra i vari incentivi fiscali e finanziari offerti vi sono i crediti d'imposta per la ricerca e sviluppo, le sovvenzioni per l'innovazione e i finanziamenti agevolati per progetti in settori strategici, come quelli energetici, tecnologici e manifatturieri avanzati. L'insieme di questi incentivi e l'eccellenza del supporto fornito da SelectUSA fanno degli Stati Uniti una meta estremamente appetibile per gli investitori stranieri.

(U.S. Department of Commerce, 2024)

### **Brasile: Apex-Brasil**

Prendendo in considerazione il caso brasiliano, l'agenzia che si occupa della promozione del commercio e degli investimenti nel Paese è conosciuta come Apex-Brasil e possiede lo stesso obiettivo comune di attirare investimenti diretti esteri e favorire al contempo le esportazioni brasiliane. Tale agenzia si concentra maggiormente sui settori esponenti in Brasile, ossia quelli dell'agroalimentare, dell'energia e dell'industria manifatturiera. Anche Apex-Brasil offre agli ipotetici investitori una varietà di servizi, a partire dalla consulenza normativa e legale, fino all'assistenza nella ricerca di location, affiancata da un opportuno supporto logistico.

Il Brasile è il quinto paese più grande del mondo e il settimo più popoloso, detenendo una posizione di rilievo come la principale economia dell'America Latina e dell'emisfero meridionale, soprattutto nel settore dell'agro-alimentare. L'Agenzia sfrutta infatti questi punti di forza per attrarre investitori, promuovendo il paese come la destinazione ideale per gli investimenti nei settori agricolo, energetico e manifatturiero, organizzando eventi e missioni commerciali all'estero per promuovere le opportunità di investimento in Brasile e facilitare il networking tra le imprese brasiliane e gli investitori stranieri.

Per favorire gli investimenti come nei casi precedentemente analizzati anche Apex-Brasil si appoggia all'offerta di incentivi fiscali e finanziari, mettendo a disposizione esenzioni fiscali inerti agli investimenti nelle infrastrutture, sovvenzioni per ricerca e sviluppo e finanziamenti che agevolano il disegno di progetti nei settori più strategici per il Paese. L'Agenzia collabora anche con le autorità locali allo scopo di semplificare le procedure burocratiche e migliorare l'efficienza dei servizi pubblici, rendendo il processo di investimento più trasparente e accessibile possibile.

Per creare un ambiente favorevole all'innovazione e stimolare di conseguenza la crescita economica del Brasile, vengono ideati progetti di ricerca in collaborazione con le università locali, alle quali vengono forniti incentivi per l'innovazione e viene facilitato il trasferimento tecnologico.

Per quanto riguarda la classifica stilata dall'Agenzia Kearney, nel 2024 il Brasile si colloca al diciannovesimo posto, raggiungendo la sua migliore posizione dal 2017, dopo essere stato anche escluso dalla lista nel 2023. Kearney ipotizza che gli investitori potrebbero essere stati influenzati dall'annuncio del Ministro dei Trasporti Renan Filho (Settembre 2023), secondo cui il mercato pianifica di investire privatamente circa 36,6 miliardi di dollari in nuovi progetti infrastrutturali nei prossimi tre anni. Gli investitori vedono inoltre il Brasile come un mercato fondamentale per la produzione di beni con basse emissioni di carbonio. (Kearney, 2024)

In termini di investimenti esteri, il Brasile è classificato come quinta destinazione mondiale grazie ad un incremento straordinario registrato nel 2022, che ha rivelato un massimo storico: una crescita di due terzi rispetto all'anno precedente che ha permesso di raggiungere i 73 miliardi di dollari. Secondo il World Investment Report pubblicato dalla Conferenza delle Nazioni Unite sul Commercio e lo Sviluppo, mentre a livello globale si è registrato un calo del 12% negli Investimenti diretti esteri, il Brasile invece ha visto un aumento degli investimenti legati all'energia rinnovabile e all'agricoltura, consolidando la sua leadership in tali settori. Nel 2023, gli investimenti in Brasile sono calati a 66 miliardi di dollari, mantenendo comunque il Paese al quinto posto nella classifica mondiale. (UNCTAD, 2024)

(Apex-Brasil, 2024)

### **3.2. Strategie di successo delle agenzie estere: lezioni per l'Italia**

Dallo studio dei diversi casi analizzati in dettaglio, sono emerse alcune strategie di successo adottate dalle agenzie estere di promozione degli investimenti in relazione ai punti di forza e settori strategici per il Paese di appartenenza. L'analisi evidenzia in particolare l'esistenza di pratiche comuni che possono offrire spunti significativi per il caso italiano. Dunque, gli approcci alla base delle agenzie Germany Trade & Invest (GTAI), Singapore Economic Development Board (EDB),

SelectUSA e Apex-Brasil possono essere adattati al contesto specifico e implementati con le necessarie modifiche anche dalle agenzie italiane, per migliorare la loro strategia e renderla più efficace.

### **Centralizzazione e Coordinamento**

Una caratteristica comune, nonché elemento fondamentale delle Agenzie di promozione di successo, è la loro capacità di centralizzare le informazioni per poterle poi coordinare efficacemente sia a livello nazionale che locale. Prendendo come esempio SelectUSA, che funge da punto d'incontro per gli investitori, semplificando notevolmente il processo burocratico, allo stesso modo l'applicazione in Italia di un modello simile si presterebbe a migliorare notevolmente la coesione tra Invitalia e le agenzie regionali. Così facendo verrebbe ridotta la frammentazione delle informazioni e degli incentivi offerti a favore della loro centralizzazione.

Invitalia potrebbe dunque sviluppare un singolo portale digitale centralizzato attraverso il quale gli investitori possano accedere a tutte le informazioni relative alle differenti agevolazioni fiscali e finanziarie, nonché alle opportunità di investimento disponibili in diverse regioni d'Italia. Sarebbe opportuno integrare il portale attivando anche uno sportello virtuale, attraverso il quale fornire assistenza personalizzata e monitorare inoltre tutto il processo burocratico.

### **Strategia di focalizzazione su Settori Strategici**

Lo studio di Heilbron e Kronfol (2020) dimostra come il segreto delle agenzie di successo, come quelle elencate ed esaminate in precedenza, risieda nel concentrarsi su relativamente pochi segmenti competitivi. Mirando dunque l'impegno solamente su settori specifici e selezionati appositamente in base alle caratteristiche del Paese, è possibile offrire servizi di alto livello e ottenere così migliori risultati. Anche dalla nostra precedente analisi emerge la tesi provata dallo studio: le maggiori Agenzie internazionali mostrano una chiara focalizzazione su settori strategici, realizzata adattando i propri incentivi e programmi di supporto al fine di attrarre investimenti mirati.

Esempi che supportano la nostra tesi sono Singapore e la Germania. La prima porge la sua attenzione sui campi della biotecnologia e delle tecnologie verdi, la seconda si concentra invece sulla digitalizzazione e sull'industria automobilistica. L'Italia quindi con il suo ricco patrimonio culturale industriale potrebbe specializzarsi e porre il proprio focus su settori chiave come il turismo, l'agroalimentare e le energie rinnovabili.

Con una accurata campagna internazionale di marketing volta a promuovere il patrimonio naturale del paese, che offre alcuni tra i più belli paesaggi naturalistici d'Europa, sempre accompagnato da un altrettanto ricco patrimonio artistico, culturale e storico, le agenzie italiane avrebbero tutte le

carte in regola per sviluppare programmi specifici basati sul turismo sostenibile. Analogamente, potrebbero creare iniziative mirate per attrarre investimenti nel settore agroalimentare, sfruttando la reputazione globale del Paese sulla qualità dei suoi prodotti alimentari e la raffinatezza dell'artigianato. In questo modo si accrescerebbe la possibilità di offerta di incentivi specifici dedicati alle aziende che investono in tecnologie verdi e sostenibili, posizionando l'Italia come leader nella transizione energetica.

### **Infrastrutture e sostegno all'innovazione**

Altri due elementi fondamentali riguardano l'importanza delle infrastrutture così come l'importanza dell'innovazione. Agenzie come l'EDB di Singapore e la GTAI tedesca pongono infatti grande enfasi sia sullo sviluppo di infrastrutture avanzate, sia sul supporto della ricerca. In Italia sarebbe opportuno un rafforzamento delle infrastrutture digitali e un miglioramento delle infrastrutture logistiche, come porti e reti di trasporto, i quali renderebbero l'Italia una destinazione più competitiva per gli investimenti internazionali.

Anche un maggiore sostegno dell'innovazione attraverso incentivi fiscali e finanziari aiuterebbe ad aumentare l'appetibilità del Paese per gli investitori esteri. Per migliorare questo aspetto, le Agenzie italiane potrebbero puntare maggiormente sulla collaborazione con università e gruppi di ricerca, in modo tale da identificare e sviluppare centri tecnologici e parchi scientifici. Un rafforzamento di tale rapporto porterebbe a creare fondi specifici per sostenere progetti di ricerca e sviluppo, soprattutto nei settori strategici per il territorio italiano, come quello della biotecnologia, dell'energia rinnovabile e delle tecnologie dell'informazione.

### **Politiche di Sostegno Post-Investimento**

Le politiche di sostegno post-investimento sono fondamentali per la fidelizzazione degli investitori. Secondo l'analisi condotta da Miškinis e Byrka (2014) le agenzie di maggior successo offrono servizi di assistenza post-investimento per garantire una soddisfazione continuativa agli investitori esistenti e predisporli all'espansione delle loro future operazioni. Ciò include anche la vicinanza in caso di avversità e la conseguente risoluzione di problemi, burocratici o no, che gli investitori potrebbero incontrare.

Le agenzie italiane potrebbero seguire quindi l'esempio dell'agenzia americana SelectUSA, e irrobustire i programmi di assistenza post-investimento, garantendo un maggiore sostegno agli investitori che affrontano problemi relativi alle pratiche burocratiche.

### **Approcci Innovativi e Adattamento ai Cambiamenti Globali**

Un'altra caratteristica distintiva delle agenzie più efficaci è la capacità di adattarsi prontamente alle nuove tendenze globali e sviluppare di conseguenza nuovi approcci strategici, come ad esempio Singapore con il continuo supporto alle iniziative di promozione delle tecnologie verdi.

L'Italia potrebbe prendere spunto da Singapore e porre maggiore enfasi sulla sostenibilità, investendo ulteriormente nelle tecnologie verdi, permettendo quindi alle agenzie italiane di promuovere queste attività lanciando campagne di marketing mirate, sviluppando programmi specifici volti ad attrarre investimenti in settori come l'intelligenza artificiale, la robotica e le energie rinnovabili, mantenendo l'Italia competitiva nel panorama globale degli investimenti.

## Conclusioni

Questa tesi si è occupata di approfondire il ruolo delle agenzie di promozione degli investimenti, analizzando le strategie di attrazione degli investimenti diretti esteri. L'obiettivo principale della tesi è esaminare come le IPA influenzano positivamente l'afflusso di capitali stranieri e valutare quali strategie possono essere implementate e migliorate dalle agenzie italiane per aumentare l'attrattiva internazionale dell'Italia.

La tesi si suddivide in tre capitoli: il primo fornisce una panoramica sul ruolo e sulle funzioni delle IPA, delineando le principali strategie adottate per attrarre investimenti. Il secondo capitolo si concentra sul contesto italiano, analizzando l'operato di Invitalia e di alcune agenzie regionali. Infine, nel terzo capitolo vengono confrontate le IPA italiane con quelle di altri Paesi, e vengono individuate le best practices che potrebbero essere implementate nel contesto italiano.

In conclusione, le Agenzie di promozione degli investimenti risultano essere indispensabili per attrarre gli investimenti diretti esteri, potendo godere così del trasferimento di nuove conoscenze e di nuove innovazioni tecnologiche, favorendo lo sviluppo economico del Paese.

Attraverso l'analisi dettagliata delle Agenzie di Promozione degli Investimenti a livello nazionale e internazionale, emerge chiaramente l'importanza che ha una strategia coordinata e mirata per attrarre capitali esteri.

L'Italia, con le sue peculiarità territoriali e settoriali, e con l'aiuto di Invitalia e le agenzie regionali, ha tutte le potenzialità per diventare una destinazione di primo piano per gli investitori internazionali. Questo può avvenire attraverso la promozione delle proprie eccellenze, la semplificazione delle procedure burocratiche, l'implementazione di nuove pratiche innovative e il rafforzamento della collaborazione tra il livello nazionale e regionale, centralizzando le informazioni e migliorando il supporto agli investitori.

Il confronto fatto con le altre Agenzie di Promozione degli Investimenti internazionali offre in aggiunta numerosi spunti di riflessione e best-practices che possono essere adottati dal sistema italiano. La centralizzazione delle informazioni, la focalizzazione su settori strategici, lo sviluppo delle infrastrutture, il sostegno all'innovazione, le politiche di sostegno post-investimento e il pronto adattamento ai cambiamenti globali sono elementi che, migliorati e perfezionati aumenterebbero significativamente l'efficacia delle Agenzie italiane, con il potenziale di diventare leader nell'attrazione degli investimenti diretti esteri.

Integrare quindi queste lezioni al contesto italiano non solo aumenterebbe l'attrattività del Paese per gli investitori esteri, ma contribuirebbe a stimolare lo sviluppo economico italiano e la sua competitività a livello globale.

## Bibliografia

- Anderson, J., & Sutherland, D. (2015). Developed economy investment promotion agencies and emerging market FDI. *Journal of World Business*, 50(4), 815–825.
- Basile, R., Benfratello, L., & Castellani, D. (2005). Attracting foreign direct investments in Europe: are Italian regions doomed?. Centro studi Luca D'agliano development studies working paper, (200).
- Brand Director. (2024). Nation Brands 193 2024 Ranking
- Crescenzi, R., Di Cataldo, M., & Giua, M. (2021). FDI inflows in Europe: Does investment promotion work?. *Journal of International Economics*, 132, 103497.
- Crescenzi, R., Di Cataldo, M., & Giua, M. (2022). Il ruolo delle agenzie regionali di attrazione di investimenti esteri. In *La globalizzazione fragile e l'autonomia strategica dell'Europa: le sfide per la politica economica estera dell'Italia*. CNEL.
- Finegold, D., Wong 2, P. K., & Cheah 3, T. C. (2004). Adapting a foreign direct investment strategy to the knowledge economy: The case of Singapore's emerging biotechnology cluster. *European Planning Studies*, 12(7), 921-941.
- Harding, T., & Javorcik, B. S. (2011). Roll out the red carpet and they will come: Investment promotion and FDI inflows. *The Economic Journal*, 121(557), 1445–1476.
- Heilbron, A., & Kronfol, H. (2020). Increasing the development impact of investment promotion agencies. *Global Investment Competitiveness Report 2019/2020: Rebuilding Investor Confidence in Times of Uncertainty*, 170-207.
- Kearney. (2024). The 2024 Kearney Foreign direct investment confidence index. Continued optimism in the face of instability.
- Miškinis, A., & Byrka, M. (2014). The role of investment promotion agencies in attracting foreign direct investment. *Ekonomika*, 93(4), 41-57.
- Navaretti, G. & Venables, A. (2004). *Multinational Firms in the World Economy*. Princeton: Princeton University Press.
- Rapporto, I. C. E. (2010). *L'Italia nell'economia internazionale. (Approfondimento: L'esperienza delle agenzie nazionali di promozione degli investimenti esteri in Europa di Marco Mutinelli e Laurent Sansoucy)*

Sembenelli, A., & Siotis, G. (2008). Foreign Direct Investment and mark-up dynamics: Evidence from Spanish firms. *Journal of International Economics*, 76(1), 107-115.

The European House Ambrosetti. (2023). *Global Attractiveness Index 2023: transizione energetica e sostenibilità per rafforzare l'attrattività dell'Italia*, 8 edizione.

UNCTAD. (2024). *World Investment Report 2024*

Zhou, X. (2024). Germany's Economic Integration: Automotive Industry and FDI Analysis. *Frontiers in Business, Economics and Management*, 15(1), 220-229.

## **Sitografia**

Agenzia delle Entrate. (2024). Sito web dell'Agenzia delle Entrate.

<https://www.agenziaentrate.gov.it/portale/>

Apex-Brasil. (2024). Apex-Brasil official website. <https://apexbrasil.com.br/br/en.html>

Germany Trade & Invest. (2024). Germany records big rise in foreign direct investment in 2023.

<https://www.gtai.de/en/meta/press/germany-records-big-rise-in-foreign-direct-investment-in-2023-1770786>

Invitalia. (2024). Sito web di Invitalia. <https://www.invitalia.it/>

Lazio Innova. (2024). Sito web di Lazio Innova. <https://www.lazioinnova.it/>

Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale. (2024). Diplomazia economica e politica commerciale. <https://www.esteri.it/it/diplomazia-economica-e-politica-commerciale/diplomaziaeconomica/>

Puglia Sviluppo. (2024). Sito web di Puglia Sviluppo. <https://pugliasviluppo.eu/it>

Singapore Economic Development Board. (2024). Singapore Economic Development Board official website. <https://www.edb.gov.sg/>

U.S. Department of Commerce. (2024). SelectUSA program. <https://www.trade.gov/selectusa-home>

Veneto Sviluppo. (2024). Sito web di Veneto Sviluppo. <https://www.venetosviluppo.it/>