

COMITATO LEONARDO – MADE IN ITALY

AUMENTARE LA COMPETITIVITA' DEL MADE IN ITALY E DEL SISTEMA PAESE TRAMITE L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA

Alberto Antonietti – Strategy Lead ICEG, Accenture

Sintesi tematiche dell'intervento

I **settori** tipici del **Made in Italy** sono da sempre **fortemente volti all'export**, commerciando **internazionalmente** oltre il 50% della **produzione complessiva**, **significativamente superiore** rispetto al **35%** degli **altri settori manifatturieri**.

Il **percepto di eccellenza**, **sintetizzato nello slogan “Made in Italy”** permette all'Italia di posizionarsi come **Leader**, **rispetto all'export globale complessivo**, in **diversi settori**, tra cui tessile e abbigliamento, calzature, nautica, legno, arredo, ceramica, orafico, alimentari e bevande, **distinguendosi per qualità, stile, bontà dei propri prodotti** ed incrociando, di conseguenza, la domanda delle nicchie alto spendenti internazionali.

L'Italia dispone pertanto **di un valore unico ed iconico capace anche di veicolare “l'Italian way of life”**, **tanto apprezzata a livello internazionale** e sul quale Il Ministero delle Imprese e del Made in Italy, sta da tempo focalizzando attenzione ed investimenti per aumentarne la competitività internazionale nonché per renderlo **vettore di crescita accelerata per la nostra economia e per i nostri giovani talenti/future generazioni**.

Inserendoci in tale dibattito, suggeriamo **2 direzioni specifiche per aumentare la competitività del nostro Made in Italy** e massimizzare il valore del “Genio Italico”:

- **adozione a scala di innovazione tecnologica**, per aumentare la produttività delle nostre imprese, colmando i gap accumulati in alcuni settori;
- **estensione del concetto/brand del Made in Italy ad altri settori economici eccellenti** con opportune politiche di comunicazione e marketing, finalizzate ad aumentare il nostro export.

In particolare, l'**innovazione tecnologica**, comprensiva dell'applicazione della **GenAI** (e dell'AI in generale), affiancata da opportune politiche di **potenziamento delle competenze necessarie**, può contribuire ad un significativo **miglioramento** della produttività delle **imprese** del Made in Italy, generando un **valore aggiunto incrementale** potenziale stimato in circa **€ 50 Miliardi entro il 2030**.

Mentre, l'**estensione e il potenziamento del brand del Made in Italy con opportune politiche sistemiche**, anche a **settori eccellenti simili per percepto a quelli tradizionalmente ricompresi in tale concetto**, pensiamo per esempio alla meccatronica, all'automotive di alta gamma, alla farmaceutica, ecc., potranno generare una maggiore **penetrazione sia di Paesi ove siamo già presenti, sia di aree geografiche emergenti, con un potenziale addizionale di PIL** riveniente da questo insieme “esteso” di settori del Made in Italy stimato in ca. **€ 30 Miliardi**.

Complessivamente, la **posta in gioco** è un **potenziale aggiuntivo del PIL** dei **settori “estesi” del Made in Italy** di ca. **€ 80 Miliardi**, unitamente ad una **crescita occupazionale** nei **settori manifatturieri interessati** di ca. **300k posti di lavoro** aggiuntivi.

Investimenti in tecnologia, ed in particolare in **AI**, che sono investimenti assolutamente alla portata delle nostre medie aziende italiane sotto il profilo finanziario, saranno **essenziali** per **potenziare** il “**genio italico**” in **ogni fase della catena del valore** del **Made in Italy**: dal design delle collezioni/prodotti, alla produzione puntualmente pianificata e ottimizzata in contemporanea grazie ai gemelli digitali, fino alla capacità di aumentare l'efficacia e la produttività della forza vendita grazie ai suggerimenti offerti dagli assistenti virtuali basati sulla Gen-AI.