

ECONOMIA ITALIANA

Fondata da Mario Arcelli

Il ritorno delle politiche industriali

2025/3

 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

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

ALESSANDRO PANDIMIGLIO

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

ALBERTO PETRUCCI

Luiss Guido Carli

GUSTAVO PIGA

Università di Roma "Tor Vergata"

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

MARIANO BELLA, Confcommercio

PIERO CIPOLLONE, Banca Centrale Europea

STEFANO COSTA, Istat

FABIO DE PETRIS, British American Tobacco Italia

GIORGIO DI GIORGIO, Editrice Minerva Bancaria

DARIO FOCARELLI, Ania

RICCARDO GABRIELLI, Deloitte

MAURO MICILLO, Intesa Sanpaolo

STEFANO MICOSSI, Assonime

FRANCESCO MINOTTI, Mediocredito Centrale

ROBERTO MONDUCCI, Osservatorio Imprese Estere

MARCO VALERIO MORELLI, Mercer

FABIOLA RICCARDINI, Istat

ALBERTO TOSTI, Sara Assicurazioni

MARCO VULPIANI, Deloitte

Economia italiana

Fondata da Mario Arcelli

Il ritorno delle politiche industriali

numero 3/2025

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 dicembre 2025

www.economiaitaliana.org - redazione@economiaitaliana.org

Editrice Minerva Bancaria srl

DIREZIONE E REDAZIONE Largo Luigi Antonelli, 27 – 00145 Roma

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

Il ritorno delle politiche industriali

EDITORIALE

- 5 Il ritorno delle politiche industriali
S. De Nardis, V. Meliciani

SAGGI

- 25 Politica industriale europea ritorna
F. Onida
- 47 Autonomia strategica e politica industriale europea
S. Vannuccini
- 81 Rafforzamento della sicurezza economica europea, crescita
sostenibile e politiche industriali. La triplice sfida dell'Europa
P. Guerrieri, P. C. Padoan
- 119 Transizione digitale: imprese e politica industriale
A. Giunta, M. Mantuano

CONTRIBUTI

- 181 Un sostenibile “lungo periodo”? Sfide e prospettive per l'Italia di
domani
I. Visco

RUBRICHE

- 211 Il valore del sistema del turismo e dei servizi collegati
C. Sangalli
- 215 Sense of Italy: un vantaggio comparato per distinguere il Paese
nei contesti competitivi globali
A. Petrucci
- 221 Sense of Italy: una lettura innovativa della struttura economica e
culturale italiana
A. F. Pozzolo
- 227 Tax Control Framework e Adempimento collaborativo: strumenti
strategici per le imprese e per il sistema Paese
R. Gabrielli, L. G. Reitano
- 237 Elenco dei Referees
(anno 2025)
- 242 Indice dell'annata
(anno 2025)

Sense of Italy, turismo e vantaggi comparati: considerazioni sul potenziale economico dell'Italia

Alberto Petrucci *

Il volume *Sense of Italy*, curato da Mariano Bella, propone una riflessione ampia e originale sul significato contemporaneo dell'“italianità” e sulle forme attraverso cui essa si manifesta nel sistema economico e culturale nazionale. L'idea di fondo è che la prosperità italiana non possa essere compresa limitandosi alle variabili economiche consuete, ma richieda di considerare la dimensione esperienziale, simbolica e relazionale che caratterizza l'immagine dell'Italia, o il modo in cui essa viene percepita, nel mondo.

Il libro nasce dall'intento di raccontare come beni, servizi, turismo e cultura contribuiscano, insieme, a caratterizzare un “senso” riconoscibile dell'Italia, un modo di essere e di vivere che si traduce in attrattività, reputazione e benessere diffuso per chi ne fruisce, nonché in reddito per chi è coinvolto nel relativo processo produttivo. Questa prospettiva non descrive soltanto un fenomeno economico, ma un vero e proprio processo di rappresentazione collettiva, nel quale il territorio, le persone, le istituzioni, la storia, la tradizione,

* Luiss, albpetru@luiss.it. Intervento alla presentazione del volume *Sense of Italy*, a cura di M. Bella, Luiss, Dipartimento di Economia e Mercati Finanziari, Roma, 29 ottobre 2025.

la cultura, concorrono a produrre e ad alimentare la percezione del Paese.

Nel libro emerge chiaramente come l'italianità sia, prima di tutto, una costruzione culturale e simbolica. Essa non coincide con la semplice appartenenza nazionale, ma corrisponde a un sistema di immagini, pratiche e ricordi che si sedimentano nel tempo e che vengono continuamente reinterpretati. L'Italia è vissuta e rappresentata, da chi la visita e/o ne consuma beni e servizi, come un'esperienza sensibile: un insieme di paesaggi, atmosfere, relazioni sociali, ritmi quotidiani, sapori, forme estetiche e stili di convivenza sociale. L'autenticità di questa esperienza, più ancora della materialità dei beni prodotti, costituisce la base della sua attrattività.

Il *Sense of Italy* coincide, dunque, con una percezione condivisa: quella di un Paese capace di coniugare bellezza e vita quotidiana, tradizione e innovazione, memoria e creatività. Si tratta di una visione che è frutto di una lunga stratificazione di esperienze fenomeniche originali.

Fin dal Settecento, l'Italia è stata meta di viaggiatori, letterati, artisti e intellettuali che ne hanno fissato l'immagine come luogo di cultura e di formazione estetico-culturale in grado di dar corpo alla creatività e a una prospettiva originale sul mondo reale.

Il *Grand Tour*, con i suoi itinerari tra Roma, Napoli, Firenze e Venezia, costituì la prima grande narrazione internazionale dell'Italia. Viaggiatori come Johann Wolfgang Goethe (1749-1832) o Ferdinand Gregorovius (1821-1891) descrissero l'incontro con un Paese che appariva, insieme, antico e vitale, caotico e armonioso. Da allora, il viaggio in Italia è diventato parte di una memoria collettiva europea e globale: un rito di passaggio, un'esperienza di scoperta e di bellezza.

Ancora oggi, l'Italia mantiene questa capacità di fascinazione. È un Paese straordinario proprio perché originale: nei monumenti, nelle città d'arte,

nei paesaggi naturali, nella tradizione gastronomica e persino nelle abitudini quotidiane, si percepisce una continuità cronologica (anche se con qualche discontinuità storica), che raramente ha eguali altrove. Non esiste, nel panorama mondiale, un'altra nazione in cui la creazione artistica si sia rinnovata con tale persistenza, dal mondo romano al Rinascimento, dall'arte barocca fino all'architettura moderna. Basti pensare, ad esempio, alla linea artistica ideale che collega con coerenza stilistica i templi classici e le opere monumentali romane (tra cui le terme) all'opera di Leon Battista Alberti, e che passa da quest'ultima al razionalismo architettonico dei primi del Novecento: un filo stilistico che unisce tradizione e modernità, bellezza e funzionalità, sacro e profano.

In questa prospettiva, il *Sense of Italy* è anche la consapevolezza di una eredità che si rinnova: un patrimonio che continua a parlare, non per imitazione, ma per capacità di reinterpretazione innovativa del passato.

Uno degli aspetti più rilevanti del volume riguarda il ruolo del turismo come veicolo di conoscenza e di riconoscimento dell'Italia. Il turismo, infatti, non è soltanto un settore economico: è un processo culturale attraverso cui un Paese si racconta, costruendo e diffondendo la propria immagine. L'esperienza turistica è un momento di incontro tra il visitatore e il territorio, tra il desiderio di autenticità e la capacità di un luogo di offrirla. In Italia, questo incontro avviene in modo particolarmente intenso, poiché la bellezza e la storia permeano ogni spazio urbano e naturale.

Tuttavia, tale ricchezza monumentale non si traduce automaticamente in un vantaggio organizzativo. Nonostante la straordinaria dotazione di beni artistici e paesaggistici, l'Italia occupa solo il quarto o quinto posto a livello di turismo mondiale. Ciò evidenzia la necessità di politiche più efficaci, in grado di coordinare promozione, infrastrutture, gestione del patrimonio e fruizione turistica. L'analisi proposta da *Sense of Italy* suggerisce di guardare al turismo

come a un investimento di medio-lungo periodo, non come a una risorsa da sfruttare immediatamente. I servizi turistici devono essere resi più produttivi, ma anche più selettivi, puntando su qualità, formazione e sostenibilità.

Uno dei messaggi più forti del volume riguarda la necessità di tutelare e rivitalizzare i centri storici italiani, in particolare quelli meno noti. Firenze, Roma e Venezia sono ormai simboli globali, ma la vitalità del Paese dipende anche dalla capacità di preservare e valorizzare le città di medie dimensioni, ricche di monumenti storici, e i borghi minori, spesso trascurati o colpiti da processi di spopolamento.

La desertificazione commerciale e abitativa dei centri storici è una delle sfide più gravi. Molte città soffrono per la chiusura dei negozi tradizionali, la perdita di residenti e la trasformazione degli spazi urbani in scenografie per un turismo mordi e fuggi. In altri contesti, come negli Stati Uniti, il problema degli *empty storefronts* è affrontato con politiche fiscali e incentivi al riuso. In Italia servirebbero interventi analoghi, che combinino sussidi, regolamentazione e programmazione urbanistica per restituire funzione economica e sociale agli spazi centrali.

Tali politiche non devono limitarsi alla tutela, ma mirare a un equilibrio dinamico tra conservazione e innovazione. Il patrimonio artistico non può essere congelato: va abitato, frequentato, reinterpretato. Solo così il *Sense of Italy* può continuare a produrre valore.

Il volume dedica particolare attenzione al fenomeno dell'*overtourism*, che interessa molte città italiane. La crescita dei flussi turistici, pur positiva in termini di reddito, può generare effetti distorsivi: aumento dei prezzi immobiliari, congestione, precarizzazione del lavoro, perdita di identità locale e sviluppo di attività di ristorazione non di qualità. Questi processi rischiano di trasformare i luoghi in contesti standardizzati e privi di identità, svuotandoli

del loro senso culturale.

Per evitare tale esito, è necessario promuovere un turismo sostenibile, capace di distribuire i flussi sul territorio e di favorire esperienze più autentiche. Le politiche pubbliche dovrebbero incoraggiare la destagionalizzazione, sostenere l'ospitalità diffusa e incentivare forme di fruizione equilibrata, basate sulla conoscenza e sul rispetto dei luoghi. Solo un equilibrio tra accessibilità e tutela può garantire la sopravvivenza del patrimonio e la qualità dell'esperienza turistica del nostro Paese.

Il *Sense of Italy* pone anche una sfida per la scienza economica: come misurare un fenomeno che unisce economia, cultura e percezione? Una possibile soluzione potrebbe essere quella di considerare la "disponibilità a pagare" dei visitatori per un'esperienza italiana autentica, o misurare il surplus che il consumatore-visitatore deriva dalla fruizione dei luoghi, dei servizi e dei prodotti culturali italiani. Misurare il *Soft* significa quindi valutare e misurare la capacità del Paese di generare esperienze di qualità.

La ricerca scientifica potrebbe svilupparsi integrando indicatori tradizionali — arrivi, presenze, spesa turistica — con misure qualitative legate alla reputazione, alla soddisfazione e alla diversificazione territoriale. Questo approccio consentirebbe di passare da una logica di consumo dei contesti urbanistico-monumentali a una logica di cura e rigenerazione, coerente con l'idea di *Sense of Italy* come esperienza condivisa.

Il libro curato da Mariano Bella ci invita a riflettere sull'Italia non solo come espressione di un sistema economico, ma come prodotto culturale collettivo. Il *Sense of Italy* è la somma di ciò che produciamo, di ciò che rappresentiamo e di come veniamo percepiti. È un patrimonio fragile, che richiede consapevolezza, cura e politiche coerenti. In un mondo globalizzato, dove le identità tendono a uniformarsi, l'Italia conserva una capacità rara: quella di

generare emozione, di connettere bellezza, piacere e quotidianità. Tuttavia, questa qualità non si preserva da sé: va rinnovata attraverso un progetto culturale e civile, che riconosca il turismo e la cultura non come settori residuali, ma come infrastrutture essenziali della vita collettiva. Il *Sense of Italy* è, in definitiva, un modo di vivere e percepire il sistema culturale italiano, nella sua accezione più ampia, e di renderlo riconoscibile. È la nostra eredità, ma anche il nostro compito: trasformare la bellezza in esperienza condivisa, la memoria in futuro, e la cultura in una forma viva di prosperità.

In questo scenario, l'Italia, come già evidenziato, forte di caratteristiche uniche e difficilmente replicabili, gode di un vantaggio strategico rilevante: la disponibilità, in numerosi ambiti, di un capitale umano altamente specifico utile per potenziare il *Soft*. Tale capitale non è il risultato di processi casuali, ma il prodotto di una lunga sedimentazione storica, culturale e sociale riconducibile al *Sense of Italy*.

Valorizzare e mettere a sistema questo capitale umano significa attivare un potente meccanismo di vantaggio comparato, capace di distinguere il Paese nei contesti competitivi globali. Allo stesso tempo, il suo impiego consapevole genera un effetto di rafforzamento circolare: più il capitale umano esprime il *Sense of Italy*, più quest'ultimo si consolida, alimentando competenze, identità e capacità distintive difficilmente trasferibili o imitabili.

Ne deriva un modello di sviluppo ad alto potenziale (non ancora pienamente sfruttato) fondato non solo sull'efficienza economica, ma anche sulla valorizzazione dell'identità nazionale come risorsa produttiva, in cui cultura, sapere e talento diventano fattori centrali di competitività e coesione¹.

1 Per il ruolo che la dotazione di un capitale umano specifico ha avuto sul *made in Italy* e sul modello di specializzazione internazionale dell'Italia, si veda il lavoro di A. Petrucci e B. Quintieri, "Will Italy Survive Globalization?"; in S. Arndt-H. Kierzkowski (a cura di), *Fragmentation. New Production Patterns in the World Economy*, Oxford University Press, Oxford, 2001.

PARTNER ISTITUZIONALI

CeSPEM

CENTRO STUDI DI
POLITICA ECONOMICA E MONETARIA
"MARIO ARCELLI"



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

LUISS

CASMEF Centro Arcelli
per gli Studi Monetari e Finanziari

aeb
ASSONEBB



FONDAZIONE
DI PIACENZA E VIGEVANO



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

BUSINESS PARTNER

IMI | CORPORATE &
INVESTMENT
BANKING
INTESA  SANPAOLO

BAT
ITALIA

Deloitte.

 **Mercer**

sara 
ti assicura

INVITALIA | **MEDIOCREDITO
CENTRALE**

SOSTENITORI

3D Works

Allianz Bank F.A.

Banca d'Italia

Banca Popolare del Cassinate

Banca Profilo

Banco Posta SGR

Confindustria Piacenza

CONSOB

EFPA - Italia

Fondazione Ave Verum

Fondazione Mario Arcelli

ISTAT

Istituto per il Credito
Sportivo e Culturale

TIM

Unicredit

Sienna Investment Managers Italia

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 2026

	Rivista Bancaria Minerva Bancaria bimestrale	Economia Italiana quadrimestrale	Rivista Bancaria Minerva Bancaria + Economia Italiana
Canone Annuo Italia (<i>print</i>)	€ 130,00	€ 100,00	€ 180,00
Canone Annuo Estero (<i>print</i>)	€ 185,00	€ 130,00	€ 260,00
Abbonamento WEB	€ 80,00	€ 70,00	€ 110,00
Canone Annuo Italia (<i>print + web</i>)	€ 170,00	€ 130,00	€ 260,00
Canone Annuo Estero (<i>print + web</i>)	€ 220,00	€ 160,00	€ 330,00

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

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 **€ 50,00 / € 10,00** digitale

Prezzo di un fascicolo arretrato (annata precedente) **€ 60,00 / € 10,00** digitale

Publicità

1 pagina **€ 1.500,00** - 1/2 pagina **€ 800,00**

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 2025/3

Il ritorno delle politiche industriali

L'intervento pubblico nelle cosiddette economie di mercato è stato considerato per lunghi anni con diffidenza per gli effetti negativi sulla concorrenza. Il nuovo contesto geo-politico e post Covid-19 impone di sviluppare un'offerta di beni pubblici molto più ampia. Fa il punto della situazione con riferimento all'Europa questo numero di EI, **curato da Sergio De Nardis e Valentina Meliciani della Luiss**.

Il modello macroeconomico europeo non dovrebbe essere più dipendente dal traino di un mondo insicuro ma trovare il nuovo motore nella domanda interna del continente e nel pieno sviluppo del suo mercato domestico. **Transizione verde, tecnologie digitali, competitività, sicurezza economica e militare** divengono quindi **i molteplici fronti** verso cui orientare il ritorno della politica industriale in Europa.

Le politiche industriali devono contribuire a innalzare la frontiera tecnologica europea, attraverso la promozione della digitalizzazione, per cercare di recuperare il gap di produttività con Usa e Cina. In questo schema, **mercato unico dei capitali ed espansione della finanza per l'innovazione** sono passi indispensabili per un percorso che potrebbe prospettarsi non breve e incerto negli esiti.

I contributi raccolti in questo volume, nel loro insieme, delineano un quadro organico della complessa posta in gioco. **Fabrizio Onida** ricostruisce la traiettoria storica della politica industriale europea tra l'attenzione alla salvaguardia della concorrenza e del mercato unico e l'esigenza di accrescere gli investimenti in innovazione e stimolare la produttività e sottolinea il ruolo strategico dei progetti tra pubblico e privato e degli IPCEI. **Simone Vannuccini** raccomanda di non cadere nella falsa dicotomia tra politica industriale e concorrenza, ma di disegnare una politica industriale *pro-competitiva*, fondata sulla produzione di beni pubblici europei — infrastrutture, standard, regolazione, capacità fiscale comune. Secondo **Paolo Guerrieri e Pier Carlo Padoan**, la politica industriale europea non può più essere letta solo in chiave economica, ma va integrata con le esigenze di sicurezza e con gli obiettivi della transizione verde e digitale. La domanda interna va rilanciata attraverso investimenti comuni, il pieno dispiegamento del mercato unico; cruciale è il tema delle risorse comuni. **Anna Giunta e Marianna Mantuano** si focalizzano sulla digitalizzazione delle imprese italiane. Tre i fattori critici individuati: polarizzazione crescente tra poche imprese digitalmente avanzate e un'ampia popolazione di piccole imprese confinate a tecnologie di base; insufficienti capacità manageriali per l'adozione delle tecnologie; politiche pubbliche instabili e proceduralmente complesse.

Come **concludono gli editor**, *“il ritorno della politica industriale è l'esito obbligato di un mondo in cui sicurezza, sostenibilità e competitività tendono a sovrapporsi e a condizionarsi reciprocamente... una politica industriale europea efficace non deve mai rinunciare alla propria vocazione pro-concorrenziale, evitando derive protezionistiche e assicurando che gli interventi pubblici rafforzino e non indeboliscano la dinamica competitiva”*.

Arricchisce questo numero il contributo di **Ignazio Visco**, *Un sostenibile “lungo periodo”? Sfide e prospettive per l'Italia di domani*, che riflette sulle conseguenze di lungo periodo e sulla sostenibilità sociale ed economica delle tendenze in atto su tre fronti: tecnologia, ambiente e demografia. Seguono tre riflessioni sul **sistema dei servizi** di **Carlo Sangalli, Alberto F. Pozzolo, Alberto Petrucci** e una sul Tax Control Framework - Adempimento collaborativo di **Riccardo Gabrielli e Lia G. Reitano**.

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 portare avanti 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.