

# ECONOMIA ITALIANA

Fondata da Mario Arcelli

## L'Italia dopo il Covid: le sfide da vincere

# 2021 / 1

 **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

GIUSEPPE DE ARCANGELIS - Sapienza, Università di Roma

ALBERTO PETRUCCI - LUISS Guido Carli

PAOLA PROFETA - Università Bocconi

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

CARLOTTA BERTI CERONI

Università di Bologna

LORENZO CODOGNO

London School of Economics and Political Science

GIUSEPPE DI TARANTO,

LUISS Guido Carli

STEFANO FANTACONE

Centro Europa Ricerche

EMMA GALLI

Sapienza, Università di Roma

PAOLO GIORDANI

LUISS Guido Carli

GIORGIA GIOVANNETTI

Università di Firenze

ENRICO GIOVANNINI

Università di Roma "Tor Vergata"

ANDREA MONTANINO

Cassa Depositi e Prestiti

SALVATORE NISTICÒ

Sapienza, Università di Roma

FRANCESCO NUCCI

Sapienza, Università di Roma

ANTONIO ORTOLANI

AIDC

ALESSANDRO PANDIMIGLIO

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

BENIAMINO QUINTIERI

Università di Roma "Tor Vergata"

PIETRO REICHLIN

LUISS Guido Carli

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: GIOVANNI PARRILLO

---

## ADVISORY BOARD

### PRESIDENTE

PAOLO GUERRIERI - SAPIENZA, UNIVERSITÀ DI ROMA

### CONSIGLIO

FEDERICO ARCELLI, Center for International Governance Innovation

RICCARDO BARBIERI, Tesoro

CARLO COTTARELLI, Università Cattolica del Sacro Cuore

SERGIO DE NARDIS, Sep-LUISS

GIORGIO DI GIORGIO, Editrice Minerva Bancaria

ANDREA FERRARI, AIDC

EUGENIO GAIOTTI, Banca d'Italia

MARCO VALERIO MORELLI, Mercer

ROBERTA PALAZZETTI, British American Tobacco Italia

VLADIMIRO GIACCHÈ, Banca del Fucino

MAURO MICILLO, Intesa Sanpaolo

STEFANO MICOSI, Assonime

ROBERTO MONDUCCI, ISTAT

LUCA PETRONI, DELOITTE

CLAUDIO TORCELLAN, Oliver Wyman

ALBERTO TOSTI, Sara Assicurazioni

# Economia italiana

Fondata da Mario Arcelli



FONDAZIONE  
DI PIACENZA E VIGEVANO



AIDC  
Associazione Italiana  
Dottori Commercialisti

numero 1/2021

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**

**Stefano Marzioni**

**Rita Mascolo**

**Guido Traficante**

**Ugo Zannini**

(*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 tra i membri del Comitato Scientifico.

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

Finito di stampare nel mese di giugno 2021 presso Press Up, Roma.

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

---

## **Editrice Minerva Bancaria srl**

DIREZIONE E REDAZIONE Largo Luigi Antonelli, 27 – 00145 Roma  
[redazione@economiaitaliana.org](mailto:redazione@economiaitaliana.org)

AMMINISTRAZIONE EDITRICE MINERVA BANCARIA S.r.l.  
presso Smart Accounting Srl, Viale di Villa  
Massimo, 29 - 00161 - Roma -  
[amministrazione@editriceminervabancaria.it](mailto:amministrazione@editriceminervabancaria.it)

Segui Editrice Minerva Bancaria su: 

# Sommario

## L'Italia dopo il Covid-19: le sfide da vincere

### **EDITORIALE**

- 5 L'Italia dopo il Covid: le sfide da vincere  
Riccardo Barbieri Hermitte, Francesco Nucci

### **SAGGI**

- 17 A simple method to estimate firms liquidity needs during the Covid-19 crisis with an application to Italy  
Fabiano Schivardi, Guido Romano
- 51 Gli impatti delle misure di tutela del lavoro nel 2020  
Elia Viviano
- 73 The Resilience of Global Value Chains during the Covid-19 pandemic: the case of Italy  
Simona Giglioli, Giorgia Giovannetti, Enrico Marvasi, Arianna Vivoli
- 125 L'Italia dopo il Next Generation EU: scenari a confronto  
Lucia Cossaro, Lorenzo Forni, Stefania Tomasini

### **CONTRIBUTI**

- 163 Covid shock, debito pensionistico e debito pubblico  
Ignazio Visco

## **RUBRICHE**

- 189 Dopo la pandemia, il ruolo delle Fondazioni di origine bancaria  
Francesco Profumo
- 197 “Un futuro migliore” è più verde, più consapevole, più equo e più  
innovativo  
Roberta Palazzetti
- 203 Le sfide per l’Italia dopo il Covid: per un’amministrazione moderna  
e amica del cittadino  
Andrea Ferrari
- 209 Considerazioni per niente cupe su trasporti e transizione green  
Mariano Bella
- 219 Le sfide dell’Italia dopo il Covid. Come abbiamo affrontato  
l’emergenza e cosa abbiamo imparato. Il caso Sara Assicurazioni  
Alberto Tosti, Marco Brachini
- 225 L’impatto della pandemia sull’andamento dei prestiti alle imprese  
e sui crediti deteriorati  
Elisa Coletti

# “Un futuro migliore” è più verde, più consapevole, più equo e più innovativo

**Roberta Palazzetti \***

Gli eventi dell'ultimo anno hanno aperto un ampio dibattito nel Paese in merito alle sfide da affrontare e alle opportunità da cogliere nel percorso di superamento della crisi causata dalla pandemia: un percorso in cui tutti possono essere protagonisti e in cui la parola-chiave è oggi inevitabilmente “transizione”.

Da questo punto di vista e pur nella consapevolezza della difficoltà del momento, è necessario restituire ottimismo e fiducia per il futuro. Infatti, solo ricostruendo un clima positivo attorno ad Istituzioni, imprese e cittadini si potranno sfruttare appieno le importanti opportunità che questo dibattito globale ha generato, creando concretamente le condizioni per un futuro migliore per la collettività. Con questo rinnovato approccio sarà più facile, per il nostro Paese, registrare sensibili miglioramenti su obiettivi come il *digital divide*, la tutela dell'ambiente e l'inclusione sociale, rispetto ai quali risulta evidente un allontanamento dai migliori standard internazionali.

---

\* Presidente e Amministratore Delegato British American Tobacco Italia

Noi di British American Tobacco (BAT), azienda leader globale nel settore dei beni di largo consumo, presente in 180 paesi, intendiamo contribuire ad ognuna delle sfide sopra citate, rendendo concreto il proposito di realizzare “*A Better Tomorrow*”: un futuro migliore per i consumatori, le nostre persone e le comunità in cui operiamo.

**Per noi questo significa realizzare un futuro più verde, più consapevole, più equo e più innovativo.**

Il contributo di BAT ad un futuro più verde passa da molteplici azioni e da progetti straordinariamente ambiziosi che stanno già dando ottimi risultati. Abbiamo da tempo adottato un approccio olistico al tema della sostenibilità, misurando l’impatto sociale delle nostre attività con il modello “ESG” (“Environmental, Social, Governance”) e orientando conseguentemente ciascuna di esse verso almeno uno dei diciassette obiettivi di sviluppo sostenibile stabiliti dall’ONU.

Obiettivi fondamentali che non vanno enunciati attraverso iniziative occasionali, ma raggiunti con un approccio scientifico e basato sui dati, costruito su *partnership* autorevoli, studi indipendenti, progetti misurabili e impatti positivi certificabili.

Un percorso, questo, che per BAT parte da lontano – da ben 19 anni consecutivi, infatti, siamo presenti nel prestigioso *Dow Jones Sustainability Index* – e che spesso è stato accompagnato da importanti riconoscimenti, l’ultimo dei quali solo qualche settimana fa: Refinitiv, primaria agenzia di analisi finanziaria, ha infatti attribuito a BAT un punteggio per le *performance* ambientali, sociali e di *governance* di 91 punti su 100 – il più alto al mondo nel settore alimentare e del

tabacco – che ci pone fra le prime 3 aziende dell'indice FTSE-100, per *performance* ESG.

Oggi, pertanto, questo impegno continua con ancor più consapevolezza: vogliamo avere un ruolo da protagonisti nella lotta al cambiamento climatico.

Entro il 2025 ci impegniamo a ridurre del 30% il consumo di risorse idriche, a eliminare del tutto la plastica mono-uso dal packaging dei prodotti e ad implementare una strategia “*zero waste*” in tema di gestione dei rifiuti. Sempre entro il 2025, ci proponiamo di dimezzare le emissioni di CO<sub>2</sub> e, entro il 2030, di raggiungere la *carbon neutrality* nei nostri uffici e siti produttivi.

Nell'area Sud Europa, che include 18 mercati e vede il nostro Paese capofila, i risultati sono già promettenti. Ad esempio, nei nostri stabilimenti in Croazia, fra il 2019 e il 2020, grazie all'acquisto di energia elettrica da fonti rinnovabili e opere d'isolamento termico, le emissioni di CO<sub>2</sub> si sono ridotte del 45,5% passando da oltre 10.000 a 5.639 tonnellate/anno.

L'Italia si pone al centro di questa strategia con progetti innovativi e campagne di sensibilizzazione volte nello specifico a ridurre l'inquinamento causato dall'abbandono dei mozziconi, a migliorare la qualità dell'aria, e ad aumentare l'impegno verso un'agricoltura sostenibile (nell'ambito della nostra filiera tabacchicola, che conta quasi diecimila addetti distribuiti in quattro regioni italiane).

Seguendo l'approccio “*A Better Tomorrow*”, intendiamo ridurre l'impatto del nostro business sulla salute offrendo ai consumatori adulti, sulla base di solide evidenze scientifiche in continua evoluzione ed aggiornamento, una vasta gamma di prodotti a rischio ridotto alternativi ai tradizionali prodotti da combustione, quali prodotti a tabacco riscaldato, sigarette elettroniche e prodotti per uso orale, con l'obiettivo è di arrivare a 50 milioni di consumatori dei nostri prodotti a rischio ridotto entro il 2030.

Per questo motivo collaboriamo in costante sinergia con istituzioni, autorità regolatorie, università, centri di ricerca e comunità scientifica, al fine di in-

crementare e mettere a fattor comune il *know-how* scientifico sul principio del rischio ridotto, contribuendo conseguentemente a scelte di *policy* consapevoli e suffragate dalle più recenti e rilevanti posizioni della scienza in materia.

Il futuro che intendiamo costruire è anche un futuro più equo, sotto diversi punti di vista, compreso quello dell'inclusività. Già dal 2012, abbiamo adottato una strategia ad hoc in tema d'inclusione su scala globale, aggiungendo un tassello importante dal 2020, quando la diversità e l'inclusione sono entrate a far parte anche dei nostri rinnovati valori aziendali.

Nondimeno, poche settimane fa abbiamo sottoscritto il manifesto di Valore D, impegnandoci formalmente a dotarci di obiettivi chiari e misurabili con indicatori di performance e monitoraggio della presenza femminile in azienda.

I risultati di questa strategia sono già oggi evidenti considerando che all'interno dell'area Sud Europa operano colleghi di 35 diverse nazionalità. Altro importante risultato riguarda la rappresentanza femminile nel *senior management*. L'obiettivo di BAT è quello di raggiungere entro il 2025 il 45% di presenza femminile nei ruoli manageriali a livello internazionale. Già oggi in Italia il 41% del management, incluso il *leadership team*, è costituito da figure femminili. Inoltre, sempre in Italia, negli ultimi 12 mesi, il 45% del personale assunto è stato di genere femminile e il 59% delle promozioni ha riguardato donne.

Il nostro impegno su questo fronte è in costante crescita, e al fine di accelerarne l'evoluzione, abbiamo avviato un percorso internazionale chiamato "*Women in Leadership*", pensato per favorire lo sviluppo delle performance, liberando il pieno potenziale dei talenti femminili, e lo sviluppo di un programma per incoraggiare la presenza di donne nei nostri reparti "STEM" (Scienza, Tecnologia, Ingegneria e Matematica).

L'inclusione, per noi, passa anche attraverso una parità di condizioni in materia di genitorialità. Per questo è nato *Parents@BAT Italia*, un progetto per sostenere i neogenitori che si preparano ad accogliere una nuova vita e che oggi

prevede un programma di onboarding dedicato al rientro della maternità, così da supportare le neo-mamme.

Non dimentichiamo, infine, le difficoltà dei giovani ad inserirsi nel mondo del lavoro: collaboriamo, infatti, con alcune delle più prestigiose università italiane e partecipiamo al “*Global Graduate Program*”, un progetto rivolto a giovani ad alto potenziale che hanno conseguito il titolo di studi da non più di 3 anni, che inserisce i partecipanti in un percorso internazionale in cui si uniscono formazione ed esperienza *on the job*, volto a sviluppare una nuova generazione di *leader*.

Un futuro più equo dipende anche da una maggiore sostenibilità del mercato di riferimento.

BAT Italia, che contribuisce annualmente all’Erario con oltre 3 miliardi di euro di accise, ritiene che la sostenibilità dell’intero settore dipenda da scelte fiscali eque che tengano in debita considerazione il profilo di rischio di ciascuna categoria di prodotto, sulla base di un dialogo continuo e trasparente con le agenzie responsabili per la tutela della salute pubblica.

Attraverso la propria missione “*A Better Tomorrow*”, British American Tobacco si candida dunque ad esercitare un ruolo proattivo e propositivo rispetto alla transizione post-Covid, incorporando le complesse sfide sociali ed economiche che ci attendono nella propria strategia di business in una visione complessiva di valore condiviso, prendendo parte attiva alla ripresa del Paese e contribuendo efficacemente alla costruzione della nuova normalità.

## PARTNER ISTITUZIONALI



## BUSINESS PARTNER



**Deloitte.**

 **Mercer**

**sara** 

## SOSTENITORI

Assonebb  
Banca Profilo  
Cassa Depositi e Prestiti  
Confcommercio  
Confindustria Piacenza  
Gentili & Partners  
ISTAT  
Kuwait Petroleum Italia

Leonardo  
Natixis IM  
Oliver Wyman  
SACE  
Sisal  
TIM  
Ver Capital

Per 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 2021

	<b>Rivista Bancaria Minerva Bancaria</b> bimestrale	<b>Economia Italiana</b> quadrimestrale	<b>Rivista Bancaria Minerva Bancaria + Economia Italiana</b>
Canone Annuo Italia	<b>€ 100,00</b> causale: MBI21	<b>€ 60,00</b> causale: EII21	<b>€ 130,00</b> causale: MBEII21
Canone Annuo Estero	<b>€ 145,00</b> causale: MBE21	<b>€ 80,00</b> causale: EIE21	<b>€ 180,00</b> causale: MBEIE21
Abbonamento WEB	<b>€ 60,00</b> causale: MBW21	<b>€ 30,00</b> causale: EIW21	<b>€ 75,00</b> causale: MBEIW21

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

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

L'Amministrazione non risponde degli eventuali disguidi postali.

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

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

Prezzo del fascicolo in corso **€ 25,00 / € 10,00** digitale

Prezzo di un fascicolo arretrato **€ 40,00 / € 10,00** digitale

## Publicità

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

Editrice Minerva Bancaria  
COMITATO EDITORIALE STRATEGICO

PRESIDENTE

GIORGIO DI GIORGIO, Luiss Guido Carli

COMITATO

CLAUDIO CHIACCHIERINI, Università degli Studi di Milano Bicocca

MARIO COMANA, Luiss Guido Carli

ADRIANO DE MAIO, Università Link Campus

RAFFAELE LENER, Università degli Studi di Roma Tor Vergata

MARCELLO MARTINEZ, Università della Campania

GIOVANNI PARRILLO, Editrice Minerva Bancaria

MARCO TOFANELLI, Assoreti

# ECONOMIA ITALIANA 2021/1

## L'Italia dopo il Covid: le sfide da vincere

Questo numero di Economia italiana, guest editor **Riccardo Barbieri**, capo economista del Tesoro, e **Francesco Nucci**, professore di economia alla Sapienza, è dedicato alle sfide che attendono il nostro Paese nella fase di ripartenza dopo la crisi pandemica.

I primi due saggi analizzano l'impatto della crisi Covid-19 sulla liquidità delle imprese (**Schivardi e Romano**) e sull'occupazione (**Viviano**), e consentono anche di valutare la congruità degli interventi di sostegno attuati dal Governo durante la prima fase della pandemia. Il saggio di **Giglioli, Giovannetti, Marvasi e Vivoli** mette in luce come la maggiore partecipazione di un Paese a catene globali del valore (*Global Value Chains*) costituisca un elemento di mitigazione dello shock pandemico. Il saggio di **Cossaro, Forni e Tomasini** analizza il piano di rilancio varato a livello europeo con il NGEU. Gli autori sottolineano che le risorse del NGEU avranno solamente effetti temporanei sulla crescita se non saranno accompagnati da incisivi interventi di riforma.

Il contributo di Ignazio **Visco** tratta principalmente del debito pensionistico e delle variabili che ne determinano la sostenibilità nel lungo periodo. Il tema è analizzato anche in rapporto a quello del rientro post-crisi del debito pubblico, tracciando uno scenario di medio termine in cui è possibile riportare il rapporto debito/PIL al livello pre-pandemico nei prossimi dieci anni.

Arricchiscono il volume, cogliendo vari aspetti della ripresa dalla pandemia, le riflessioni di **Profumo, Palazzetti, Ferrari, Bella, Tosti e Brachini, Coletti**.

“Nella fase di uscita dalla crisi – concludono gli editor - si profila dunque l'opportunità di rilanciare l'economia italiana. Per coglierla appieno, sarà necessario privilegiare il cambiamento anziché la difesa dell'esistente e riallineare gli incentivi all'offerta di lavoro, agli investimenti e alla creazione di imprese. Il passaggio dagli interventi emergenziali alle riforme richiederà tempismo e determinazione: è una sfida difficilissima, ma possibile”.

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