



## FLASH DI SCENARIO



**+0,5%**

Incremento Prodotto  
Interno Lordo su  
base annua, 4°  
trimestre 2023

ITALIA

### Le stime preliminari Istat per ultimo trimestre 2023

Nel quarto trimestre 2023 l'economia italiana è cresciuta dello 0,2% rispetto al trimestre precedente e dello 0,5% rispetto al quarto trimestre 2022. Questo risultato, di cui si sottolinea la natura provvisoria, fa seguito al lieve aumento registrato nel terzo trimestre (+0,1%), e determina una crescita dello 0,7% nel 2023 in termini di valori reali corretti per gli effetti di calendario e destagionalizzati. La stima del quarto trimestre riflette una flessione del comparto primario ed un aumento sia del settore industriale sia dei servizi. A fine 2023, la variazione acquisita per il nuovo anno è leggermente positiva, pari al +0,1%.

*Istat, 30 gennaio 2024*



**+2,5%**

Export extra-Ue,  
anno 2023

ITALIA

### L'export extra Ue, il bilancio dell'anno rimane positivo

Oltre 20 punti di crescita nel 2022, poco più di due lo scorso anno. Evidente il cambio di passo dell'export italiano, che ridimensiona i propri guadagni nei mercati extra-Ue. Bilancio che resta comunque positivo (+2,5% nel 2023) grazie ai buoni risultati della prima parte dell'anno, mentre il trend degli ultimi mesi è decisamente diverso con una riduzione del 7,2%, nel mese di dicembre su base annua. Sull'altro lato della bilancia commerciale prosegue il calo a doppia cifra delle importazioni (-26,8% nel mese di dicembre, -20,9% nell'intero 2023), spingendo in attivo il nostro saldo commerciale pari a 48,6 miliardi.

*Sole24ore, 30 gennaio 2024*



**-5,7%**

Prezzi alla  
produzione  
dell'industria,  
media anno 2023

ITALIA

### Calo dei prezzi alla produzione dell'industria

Nella media 2023, i prezzi registrano una flessione del 5,7% (+34,4% nel 2022) – la più ampia dal 2000, da quando è disponibile la serie storica dell'indice per il mercato totale – ma l'indice (140,9) resta su un livello elevato (100,4 nel 2020). La flessione dei prezzi nel 2023 è spiegata dalle dinamiche rilevate sul mercato interno (-8,3%; +42,7% nel 2022), che riflettono soprattutto il venire meno delle tensioni sui prezzi dei prodotti energetici (-24,4%; +104,3% nel 2022); al netto di questi prodotti, i prezzi sul mercato interno crescono del 2,5% in media d'anno (+12,8% nel 2022).

*Istat, 30 gennaio 2024*



## Speaker della settimana

**CARLO BONOMI, Presidente di Confindustria**

«La crisi del Mar Rosso sta bloccando il passaggio nel canale di Suez, le difficoltà di transito nel canale rendono incerte le prospettive per l'export italiano nel 2024, e più la crisi sarà lunga maggiori saranno gli effetti negativi sul commercio estero, per non parlare delle ricadute sulla nostra produzione. Il 2024 si apre nell'incertezza, con una guerra nel cuore dell'Europa stessa, una crisi che infiamma il Medio Oriente con conseguenze umanitarie drammatiche e dai risvolti economici imprevedibili. E' un circolo vizioso che alimenta la situazione di instabilità nemica da sempre della crescita e degli investimenti.»

28 gennaio 2024

## Dop economy ed export, il Veneto ha i numeri da record

**Export e specialità:** sono le due chiavi dell'agroalimentare del Veneto, che ha chiuso un anno da record. La cosiddetta "Dop economy" vede la regione ai vertici, al primo posto in Italia: lo certifica l'ultimo Rapporto Ismea-Qualivita 2023, che descrive un comparto in crescita. Il Veneto si conferma primo in Italia per impatto economico con un valore pari a 4.836 milioni di euro generato dalle 89 filiere del cibo e del vino Dop e Igp che ricadono sul territorio con un peso del 42% sul valore complessivo del settore agroalimentare regionale. Le prime province per impatto economico sono Treviso e Verona, e la filiera che apporta il contributo maggiore in termini economici è il vino, seguita dai formaggi. Al vino in particolare è legato il primato nazionale per valore economico generato. Anche sul fronte delle esportazioni, i distretti agroalimentari del NordEst, nonostante i fronti di tensione internazionale e la morsa dell'inflazione, tengono il passo: le vendite all'estero continuano a premiare le produzioni locali. A fare il punto è il monitor distretti di Intesa SanPaolo, con i dati aggiornati al primo semestre 2023, ma già le proiezioni sul resto dell'anno lasciano intuire che il rallentamento generale non sembra aver avuto impatto sul settore agroalimentare. Le uniche eccezioni riguardano alcuni distretti del vino (in particolare nel Veronese) che mostrano un parziale arretramento: la dinamica è analoga a quella delle esportazioni di vino italiano, che hanno risentito del calo delle vendite verso Usa e Canada, mentre restano delle

incognite sul 2024 a causa della vendemmia 2023 particolarmente scarsa in quantità. «Le piccole imprese del territorio creano una filiera di trasformazione di prodotti di alta qualità molto ricercati nei mercati internazionali - commenta Francesca Nieddu, direttrice regionale Veneto Est e Friuli Venezia Giulia Intesa Sanpaolo - Grazie agli strumenti che la banca ha messo in campo, anche le Pmi agricole possono beneficiare dell'appartenenza alla filiera in termini di politiche di sostenibilità, oltre che di migliori condizioni di accesso al credito. Qui sono stati attivati oltre 180 contratti di filiera che coinvolgono 2.350 fornitori, per un volume d'affari complessivo di oltre 20 miliardi di euro». Sui diversi settori ha pesato però il meteo, fra siccità e grandine, ma anche malattie infettive e attacchi parassitari. E poi ci sono casi specifici come quello che interessa l'Ittico del Polesine e del Veneziano, che pure presenta un bilancio positivo delle esportazioni tra gennaio e giugno (+2,3%) grazie alla tenuta dei mercati di Germania e Croazia; le preoccupazioni riguardano l'invasione del granchio blu, che mette a rischio non solo i mitili adulti ma anche quelli giovanili, rendendo incerta la produzione per le prossime annate. Sul fronte dell'export, le Carni di Verona evidenziano la maggiore variazione di crescita nel semestre (+23,4%) grazie alle vendite in Germania (+36%) e in Francia (+29%). Altrettanto positivo - segnala il report - l'andamento dei dolci e pasta veronesi che crescono del +3,2% nel semestre grazie a Germania, Australia e Regno Unito.

DATI ECONOMICI 2022

### Impatti territoriali Dop economy

#### CLASSIFICA REGIONI



#### CLASSIFICA PROVINCE



RAPPORTO  
ISMEA  
QUALIVITA 2023



# La crisi del canale di Suez

## L'impatto economico e il crollo del trasporto marittimo

In un sistema economico globalizzato, il canale di Suez è un'infrastruttura strategica di cruciale importanza, perché è l'unico luogo dove si incontrano tutte le macroregioni geografiche, ovvero Europa, Asia, Africa e costa atlantica degli Stati Uniti, ma soprattutto è la rotta principale - "la via breve" tra Europa e Asia. Con la crescente interconnessione e dipendenza produttiva tra i vari paesi il traffico attraverso lo stretto è raddoppiato negli ultimi 10 anni, registrando passaggi da record nel 2023. Ma gli attacchi del gruppo yemenita Houthis alle navi mercantili hanno cambiato lo scenario di questo percorso con un impatto immediato sul commercio e la logistica globale. L'intensificarsi del pericolo negli ultimi giorni del 2023 hanno spinto diverse compagnie a spostare verso capo di Buona Speranza le rotte per l'UE, portando ad un allungamento del tragitto di 9 giorni con conseguenti problemi di conservazione del prodotto, tempi di consegna e ovviamente anche ad un incremento dei costi, già in rialzo dovuti ai «surcharge» introdotti per le emissioni di Co2. A metà gennaio, il traffico di navi nel Mar Rosso si è più che dimezzato scatenando il caos nelle filiere produttive internazionali, penalizzando in modo particolare l'Italia, probabilmente il paese con la quota più alta di scambi attraverso lo stretto egiziano. Gli eventi degli ultimi 4 anni avevano già messo a dura prova la supply chain internazionale, ma ancora una volta le attività economiche si trovano in un modello globale zoppicante a causa degli scenari geopolitici. Tale contesto aggiunge incertezza alle prospettive di crescita - già indebolite - delle imprese, un'altra volta alla ricerca di soluzioni alternative, restando in attesa di nuovi equilibri internazionali.

### La posizione strategica

#### L'impatto sul commercio mondiale



**25.886**

Transiti navali nel 2023  
(+10,5% rispetto al 2022)



**12%**

Commercio mondiale



**30%**

Volume commercio container internazionale



**54%**

Tot. container che viaggia via mare



**8%**

Gas naturale liquefatto



**9,4 mld \$**

Introito pedaggi per l'Egitto nel '22-'23



**40%**

Import - Export marittimo italiano per un valore di **€82,8 miliardi**



**14,6%**

Import mondiale prodotti cerealicoli



**10%**

Prodotti petroliferi raffinati

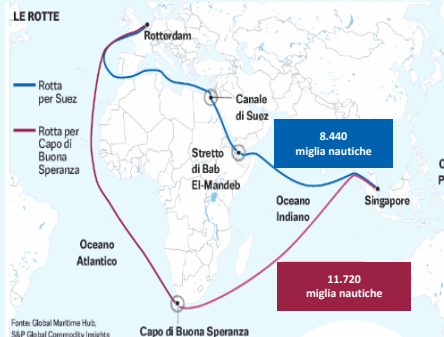


**5%**

Greggio

### Crolla il traffico di Suez

#### Allungamenti del viaggio

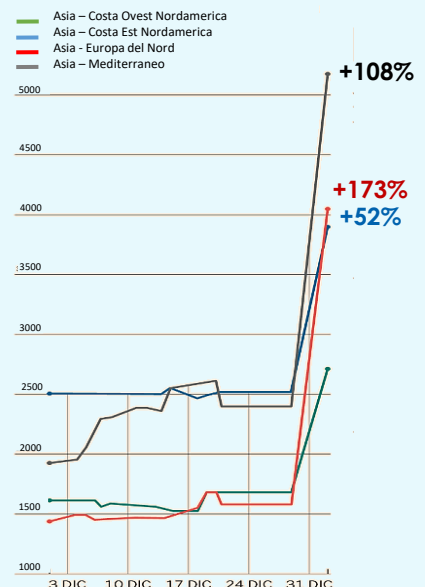


Aumento delle miglia di percorrenza del **40%**

**Rotta Singapore - Rotterdam**  
 - Per Suez - **31 giorni di viaggio,**  
 - Per Capo di Buona Speranza + **9 giorni = a 40 giorni di viaggio**

#### Incremento dei noli marittimi

Il Rally dei noli marittimi  
Tariffa per un container da 40 piedi. Dati in dollari



Fonte: Sole24Ore e Report SRM(Intesa Sanpaolo) sul Canale di Suez

#### Crollo dei transiti

(seconda metà del mese dicembre 2023)

#### Transiti navali giornalieri

**77** navi al giorno dal 1 al 15 dicembre

**55** navi al giorno dal 28 dicembre al 1 gennaio

Calo del passaggio giornaliero **-38%**

#### I transiti in calo:

- Portacontainer **-72%**
- Movimentazione GPL **-60%**
- Metaniere **-35%**
- Spostamento autovetture **-49%**

# LA RUBRICA DELL'ECONOMIA SOSTENIBILE

## L'impatto della crisi: sì alla sostenibilità se significa risparmio

Ridurre lo **spreco alimentare, riutilizzare, acquistare meno** – per risparmiare e in seconda battuta per aiutare l'ambiente – prevedere di passare più tempo a casa, con il conseguente contraccolpo a categorie di prodotti come abbigliamento e calzature. Il contesto è quello di una **contrazione generalizzata dei consumi**, eppure, in un 2023 dominato da incertezza geopolitica, climatica e dall'inflazione – **crece la percentuale di consumatori disposti a pagare di più per prodotti Made in Italy** (dal 27 al 32%), **legati al benessere** (dal 26 al 32%) **e alla sostenibilità** (dal 24 al 30%). Un anno complesso, che ha portato gli italiani a dare questi specifici significati al concetto multiforme di **stile di vita sostenibile nel 2023**. E che ha significato rimettere **l'accento sulla propria salute**, anche mentale (il 67% del campione italiano si propone di farlo), con una percentuale di consumatori in crescita disposta a **pagare un extra per prodotti di questa categoria, specialmente nel mondo food** (si passa dal 26% del 2022 al 32% nel 2023). È quanto emerge dall'ultima edizione – la 13esima – dell'EY Future Consumer Index, su un campione di **22mila intervistati in 28 Paesi**. Rispetto alle edizioni precedenti, nell'anno appena trascorso è stato **l'aumento del costo della vita** a fare da acceleratore e **le azioni più sostenibili** sono state soprattutto il risultato di un **minor consumo**. Questo non perché si sottovaluti il problema di fondo, anzi. Dall'indagine emerge che gli **italiani sono i più preoccupati per la fragilità del Pianeta** (75% contro il 68% globale) e il segmento che più si aspetta un peggioramento degli effetti del cambiamento climatico (il 63% contro il 47% globale). Eppure, con il **costo della vita** che morde – riassunto dalla **triade energia e gas/generi alimentari/carburante** – non sorprende che la principale preoccupazione della popolazione sia finanziaria. I consumatori danno **priorità all'aspetto economico e alla salute** – fisica e mentale –, rispetto agli sforzi verso la collettività – pianeta e società –. Il breve termine vince sul lungo, ci si ripiega su se stessi perché non c'è il margine per investire in altro. Resta da vedere quanto saranno dannosi i risultati, se prolungati nel tempo.

**IL FATTORE PREZZO.** «**Il prezzo rimane il principale fattore di attenzione** per ciò che riguarda l'acquisto di **prodotti sostenibili**. L'elemento è segnalato dal 62% del campione italiano, una percentuale stabile. A livello globale si passa dal 67% al 70%», spiega Stefano Vittucci, retail & consumer products leader di EY in Italia. «**Il 51% del campione italiano intraprende azioni ambientali solo quando ciò consente di risparmiare, comunque in decrescita dal 58% del 2022**», – e ci sono numeri importanti che mostrano un aumento della sensibilità sul tema. Sempre analizzando le risposte degli italiani: un **65% del campione risponde che presterà maggior attenzione in termini di consumo**; il 66% dichiara che l'attenzione alla sostenibilità rimane un principio guida sia nell'acquisto, sia nel proprio comportamento quotidiano (era

il 59% nel 2022). Si legge poi fra le righe – ed è sempre un tema legato ai prezzi – una maggiore attenzione anche ai **tempi di consumo**. Per determinati tipi di acquisti, si aspettano shopping event come Black Friday e simili. Questo è sempre più vero soprattutto nei consumatori più giovani. Ma è generalizzata la **rinnovata importanza verso l'online** (dal 28% del 2022 al 39% del 2023), a livelli simili del periodo pandemico», chiosa Vittucci. Analizzando le **categorie in cui gli italiani prevedono di spendere meno**, in prima e seconda posizione si trovano accessori moda (66%) e abbigliamento e calzature (53%), (nel 2022 la categoria era unica e si attestava al 46%); poi gadget e giocattoli (49%), con l'elettronica di consumo in quarta posizione (48%). Categorie che, secondo gli analisti di EY, mostrano una intenzione di socializzare meno fuori casa.

**IL CAMBIAMENTO CLIMATICO.** Gli **italiani risultano i più preoccupati a livello globale**, con il 62% che ha sperimentato eventi meteorologici estremi, contro il 45% globale, e il 64% ha osservato saliscendi dei costi energetici, contro il 52% globale. Vittucci entra nei dettagli: «Tutti oggi si chiedono se gli **effetti saranno momentanei o strutturali**, e che scelte fare per minimizzarli: se il **10% al momento ha già adattato la propria abitazione** per tenere conto del cambiamento climatico il 34% del campione sta pensando di farlo; il 22% ha cambiato alimentazione a causa di problemi di disponibilità o di costi e il 42% pensa di farlo. Al di là dei consumi, rileviamo un **impatto pratico sulle vendite** considerate stagionali, dal food all'abbigliamento, anche a **monte della catena**, lato produttori e aziende retail: si pensi all'**impatto negativo sugli acquisti** di abbigliamento invernale in risposta all'aumento generalizzato delle temperature».

**OLTRE LE SCELTE INDIVIDUALI.** Cresce la percentuale di consumatori che si aspettano una **maggiore proattività da parte di governi** (82% Italia e 77% globale) e aziende (75% Italia e 73% globale) **nella promozione di risultati ambientali e sociali positivi**. Percentuali che si potrebbero leggere anche come una richiesta di aiuto a essere messi in condizioni di **fare scelte più sostenibili**. In particolare, secondo il 75% del campione italiano le aziende devono garantire che i fornitori rispettino elevati standard di pratica sostenibile. E proprio in questo contesto arriva una nota positiva. Il **17 gennaio**, dopo mesi di negoziazioni, il **Parlamento europeo** ha dato il via libera definitivo a una direttiva **«che migliorerà l'etichettatura dei prodotti e vieterà l'uso di dichiarazioni ambientali fuorvianti»**. In particolare, saranno vietate affermazioni ambientali generiche come "ecologico", "naturale", "biodegradabile", "climaticamente neutro" o "eco" senza prove, o se queste sono basate su sistemi di compensazione delle emissioni. Saranno consentite **solo etichette di sostenibilità basate su sistemi di certificazione ufficiali o stabiliti da autorità pubbliche**. Gli Stati membri hanno due anni per introdurre le nuove regole.

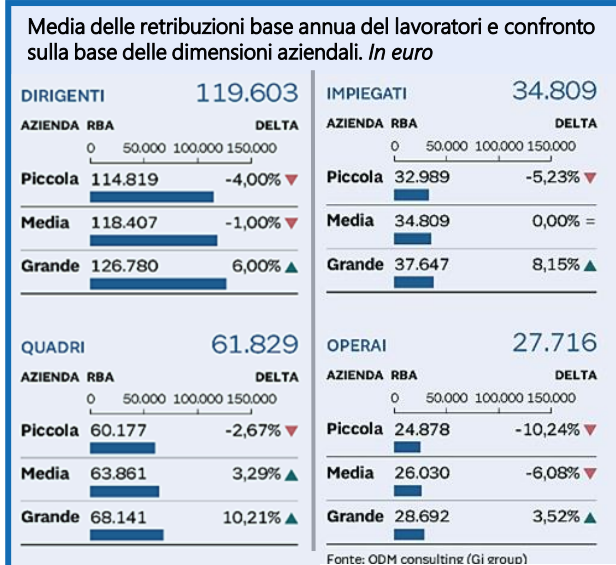
### Stipendi, sale il potere d'acquisto ma non colma tre anni negativi

Nel 2024 ci sarà un'inversione di tendenza nelle retribuzioni: secondo l'Osservatorio Odm consulting l'aumento sarà in linea col 2023 (+3,6%), più alto di un punto rispetto all'inflazione (2,6%). In questi ultimi anni abbiamo conosciuto un'ascesa costante dei prezzi di tutti i beni, da quelli del carrello della spesa fino alle bollette, per effetto della sequenza **pandemia-guerre-choc energetico**. Una via senza ritorno perché i prezzi non torneranno indietro, come ci mostra lo scontrino della spesa. La conseguenza è stata non solo falciarsi il **potere di acquisto** di chi ha le buste paga più deboli, ma rendere strutturali nuove abitudini di consumo all'insegna della rinuncia e della sobrietà anche nel ceto medio. «L'anno peggiore per il **potere d'acquisto dei lavoratori italiani è stato il 2022**, quando a fronte di un **dato inflattivo pari all'8,7%**, la percentuale di **incremento retributivo è stata del 2,8%**, con un **delta negativo pari a -5,9%** - spiega Miriam Quarti, responsabile area Reward & Engagement di Odm consulting (società di consulenza sulle risorse umane di Gi group) -. Allora, si veniva da un anno, il **2021**, in cui **l'aumento delle retribuzioni era stato inesistente (0,1%)** e quello dell'inflazione dell'1,9%: il delta era negativo ma del - 1,8%. Poi è arrivato il 2023, con un **raffreddamento dell'inflazione, al 6%**, e un **aumento delle retribuzioni del 3,7%**. Il delta è sempre negativo ma del - 2,3%».

**L'inversione di tendenza del 2024.** Nel solo 2022, stima Paolo Andreani, segretario generale della Uiltucs, se prendiamo il commercio dove è in corso una **trattativa per il rinnovo dei 4 contratti** (Confcommercio, Federdistribuzione, Confesercenti, Coop) si è **persa oltre una mensilità** per effetto della fiammata inflattiva. E recuperare il terreno perduto sul **potere di acquisto** sembra impossibile, anche perché sui prezzi non sembra esserci alcun arretramento. Il **2024**, però, se le stime e le aspettative verranno confermate, dovrebbe essere quello di un'**inversione di tendenza**, seppure piccola. «L'**aumento delle retribuzioni sarà in linea con quello del 2023, intorno al 3,6%** - dice Quarti -, **mentre l'inflazione, secondo le previsioni del Fondo monetario internazionale sarà al 2,6%**. **Dopo 3 anni di perdita**, quest'anno si assisterà, seppure per un solo punto percentuale, al **ritorno del potere di acquisto in territorio positivo**».

**Il report.** Uscendo dal campo di stime e proiezioni e considerando i dati reali, il **report sulle retribuzioni di Odm consulting**, riferito ai primi 9 mesi del 2023, non prevede grandi scostamenti in chiusura d'anno. Il database retributivo utilizzato per l'analisi dei dati 2023 si compone di circa **900 aziende** e le informazioni raccolte sono

riportate a un universo costituito da quasi **8 milioni di lavoratori dipendenti** di imprese private, determinato utilizzando i dati Inps. «**Dimensione aziendale, area territoriale** e settore sono i **tre fattori che incidono**, anche notevolmente, **sulla retribuzione base**, in modo diverso per ciascun inquadramento», spiega Quarti. Così, la retribuzione **base annua (Rba) dei dirigenti**, in media, nel 2023 si è attestata su 119.603 euro, con una variazione importante tra piccole aziende (114.819 euro, -4%), medie (118.407, -1%) e grandi (126.780, +6%). La **Rba dei quadri** in media è 61.829: lo scostamento è del -2,7% nella piccola impresa (60.177 euro), del +3,3% nella media (63.861 euro) e del +10,2% nella grande (68.141 euro). Per gli **impiegati la Rba** è a 34.809 in media: nelle piccole aziende è più bassa del 5,2% (32.989 euro), mentre nelle grandi è superiore dell'8,2% (37.647 euro). Infine nel caso degli **operai la Rba** media è a 27.716 euro: nelle piccole imprese è inferiore del 10,2% (24.878 euro), nelle medie del 6,1% (26.030 euro) e nelle grandi è superiore del 3,5% (28.692 euro). Se prendiamo invece le **retribuzioni totali annue per i dirigenti** il valore è 139.790 euro, per **quadri** 67.293, per gli **impiegati** 36.257 e per gli **operai** 28.488. **La pay ratio**, ossia il **rapporto tra la retribuzione base annua media dei dirigenti e quella degli operai**, è di 4,3. **Le percentuali di variabile di breve periodo a target**, ovvero **legate ad un sistema di incentivazione formalizzato**, sono tra il 20 e il 35% per i direttori, tra il 18 e il 25% per gli altri dirigenti, tra il 14 e il 18% per i quadri e tra il 6 e il 10% per gli impiegati.



## Le differenze territoriali e il confronto internazionale

**L'impatto di geografia e settore.** Anche la geografia incide per i vari inquadramenti. Lo **scostamento negativo** più significativo è quello dei **quadri di Sud e Isole** che hanno una **retribuzione base annua dell'11,5% più bassa**. Diverso invece l'**impatto del settore**. Nel caso dei **dirigenti** è la **finanza** a vedere lo **scostamento positivo maggiore della retribuzione base annua (+15% rispetto alla media), seguito dal commercio (+4%)**. Le retribuzioni base nel comparto **industria** restano in linea alla media generale, mentre i **servizi** vedono uno scostamento negativo del -8%. Per quanto riguarda i **quadri**, le retribuzioni nella **finanza** sono allineate alla media, mentre è sotto la media la **Rba nei servizi (-6,6%)**. Sopra la media, invece, i **settori commercio (+7,6%) e industria (+5,6%)**. I **settori finanza e industria** hanno le **retribuzioni più alte per gli impiegati** (rispettivamente +12% e +8% rispetto alla media) mentre **servizi e commercio** quelle **più basse** (rispettivamente -7,6% e -6,8%). Infine, per **gli operai, le retribuzioni sono più elevate nell'industria (+4,1% rispetto alla media generale) e inferiori nel commercio (-5,9%)**.

**Il confronto internazionale.** Il trend del delta tra incremento delle retribuzioni e inflazione consente all'Italia di agganciare le **grandi economie europee**, come la **Germania, la Francia e il Regno Unito**. Nel 2023 un delta vicino a quello del nostro paese (-2,3%) è stato registrato

in **Germania (-2,2%) e nel Regno Unito (-2,8%)** dove il tasso di inflazione più alto è stato controbilanciato da una crescita delle retribuzioni medie sopra il 4%. Un impatto più lieve c'è stato in **Francia e Portogallo (-1,6%)** mentre l'**incremento resta molto sotto l'inflazione**, soprattutto per i **paesi dell'est Europa e per la Turchia**, quest'ultima con una prospettiva di peggioramento anche nel 2024. **L'incremento delle retribuzioni è in linea con l'inflazione in Olanda, Spagna e Svizzera**, mentre è **sopra l'inflazione (+2,6%) solamente in Belgio**, per effetto soprattutto di un sensibile incremento retributivo nel 2023 (+5,1%). In generale **le retribuzioni medie sono superiori a quelle italiane** per tutti i profili professionali in **Belgio, Francia, Germania, Olanda, Regno Unito e Svizzera**. Proprio in **Svizzera** si registrano le retribuzioni base annue medie (Rba) più alte per tutti i **profili, con un picco per i director**, che arrivano a percepire una Rba fino a 2,9 volte superiore a quella italiana. Gli stessi profili registrano invece **la Rba più bassa in Turchia**, con retribuzioni fino a 2,7 volte inferiori. Sensibile scostamento in positivo per chi ha **ruoli operativi** in **Germania (1,4 volte la Rba italiana) e in negativo per gli stessi profili in Bulgaria (2 volte in meno rispetto alla Rba italiana)**. Per i **profili manageriali**, invece, nel **Regno Unito la Rba è 1,6 volte maggiore rispetto all'Italia**, mentre in **Romania fino a 2 volte inferiore**.








### Il confronto internazionale

Incremento retributivo vs inflazione. Valori in percentuale

	INCREMENTO INFLAZ. RETRIB. 2023		DIFFERENZA RETRIB. - INFLAZ. 2023					INCREMENTO INFLAZ. RETRIB. 2024		DIFFERENZA RETRIB. - INFLAZ. 2024					PIL	
	2023	2023	-20	-15	-10	-5	0	+5	2024	2024	-30	-20	-10	0	+10	2023
Belgio	+5,1	+2,5						+2,6	+4,6	+4,3				+0,3	+1,0	+0,9
Bulgaria	+5,6	+8,5					-2,9		+6,1	+3,0				+3,1	+1,7	+3,2
Francia	+4,0	+5,6					-1,6		+3,9	+2,5				+1,4	+1,0	+1,3
Germania	+4,1	+6,3					-2,2		+4,2	+3,5				+0,7	-0,5	+0,9
<b>ITALIA</b>	<b>+3,7</b>	<b>+6,0</b>					<b>-2,3</b>		<b>+3,6</b>	<b>+2,6</b>				<b>+1,0</b>	<b>+0,7</b>	<b>+0,7</b>
Olanda	+4,2	+4,0						+0,2	+4,3	+4,2				+0,1	+0,6	+1,2
Polonia	+6,0	+12,0					-6,0		+6,0	+6,4				-0,4	+0,6	+2,3
Portogallo	+3,7	+5,3					-1,6		+3,8	+3,4				+0,4	+2,3	+1,5
Romania	+6,4	+10,7					-4,3		+6,5	+5,8				+0,7	+2,2	+3,8
Spagna	+4,2	+3,5						+0,7	+4,1	+3,9				+0,2	+2,5	+1,7
Svizzera	+3,1	+2,2						+0,9	+3,3	+2,0				+1,3	+0,9	+1,8
Turchia	+35,9	+51,2					-15,3		+35,7	+62,5				-26,8	+4,0	+3,0
UK	+4,9	+7,7					-2,8		+4,7	+3,7				+1,0	+0,5	+0,6
Ungheria	+7,2	+17,7					-10,5		+7,2	+6,6				+0,6	-0,3	+3,1

Fonte: ODM consulting (Gi group)

# KPI TERRITORIALI E NAZIONALI

	Veneto	Italia	Previsioni 2023
 <b>PIL</b>	+4,2% (2022)	+3,7% (2022, ISTAT)	+0,7% (CSC ) +0,7% (Banca d'Italia) +0,8% (DEF)
	Verona	Veneto	Italia
 <b>PRODUZIONE INDUSTRIALE</b>	-2,56% (III Trim 23/III Trim 22)	-2,7% (III Trim 2023/III Trim 22)	-3,1% (Novembre 2023/Novembre 2022)
 <b>EXPORT</b>	-1,48% (III Trim 2023/III Trim 2022)	-3,53% (III Trim 2023/III Trim 2022)	-4,4% (Novembre 2023/Novembre 2022)
 <b>IMPORT</b>	-5,78% (III Trim 2023/III Trim 2022)	-16,42% (III Trim 2023/III Trim 2022)	-8,9% (Novembre 2023/Novembre 2022)
 <b>OCCUPAZIONE (15-64 anni)</b>	68,3% (2022)	67,8% (2022)	60,1% (2022) <b>61,9%</b> (Dicembre 2023) <b>NEW</b>
 <b>DISOCCUPAZIONE (15 anni e oltre)</b>	3,2% (2022)	4,3% (2022)	8,2% (2022) <b>7,2%</b> (Dicembre 2023) <b>NEW</b>
 <b>DISOCCUPAZIONE GIOVANILE (15-24 anni)</b>	11,2% (2022)	13,4% (2022)	23,7% (2022) <b>20,1%</b> (Dicembre 2023) <b>NEW</b>

## CLASSIFICA VERONA

- 2° Interporto Europeo (2020) | 1° Interporto Italiano (2020)
- 2° Città italiana per presenza di multinazionali
- 88 Multinazionali presenti
- 3° Provincia italiana per numero di presenze turistiche nel 2021 (CCIAA Verona)
- 3° Provincia Veneta per marchi e brevetti registrati (2022, UIBM)
- 2° Provincia Veneta per n° di start up innovative (2022, Registro Imprese)
- 6° provincia italiana, 1° in veneto per quota di imprese che hanno investito in tecnologie digitali nel 2018 (censimento imprese 2019)
- 11° Provincia italiana, 2° in Veneto per n° di imprese eco-investitrici (GreenItaly 2023)
- 9° Provincia Italiana, 1° in Veneto per n° di assunzioni di green jobs nel 2022 (GreenItaly 2023)
- 6 Dipartimenti veronesi tra i 180 1° Università d'Italia nelle lauree scientifiche magistrali (2019, Education Around)
- 82° Università tra i 790 migliori atenei nel mondo fondati da meno di 50 anni
- 10° provincia italiana per qualità della vita (ranking indagine Qualità della Vita, Il Sole24 Ore- 2023)
- 2° Provincia Veneta per numero di passeggeri del trasporto pubblico locale per abitante (2018, Regione del Veneto)
- 5° Provincia italiana per export di cultura (CCIAA Verona, 2021)
- 12° Provincia italiana fra i siti Unesco più instagrammati (Design Bundles)

- 9° Provincia italiana per V.A prodotto, 2° in Veneto (2021)
- 6° Provincia italiana per valore della produzione, 1° in Veneto (2021)
- 65 Marchi noti a livello nazionale e internazionale
- 7° Provincia italiana per interscambio manif. (Istat 2022)
- 10° Provincia italiana per export (Istat 2022)
- 4° Provincia italiana per import (Istat, 2022)
- 1° Provincia Veneta per prodotti di qualità (2018, Regione del Veneto)
- 5° Provincia italiana, 1° in Veneto per minor tasso di disoccupazione nel 2022 (Istat, 2023)

### Speciale «Verona 2040»

- 8° Provincia italiana per competitività territoriale
- 7° Provincia italiana per *capacità innovative*
- 14° Provincia italiana per *vivacità demografica*
- 18° Provincia italiana per *welfare e qualità della vita*
- 16° Provincia italiana per *dotazione infrastrutturale*
- 13° Provincia italiana per *sviluppo turistico*
- 25° Provincia italiana per *accessibilità*

## CLASSIFICA ITALIA

- 2° produttore manifatturiero dell'UE, 7° nel mondo (CSC, 2020)
- 1° tra le cinque principali economie dell'UE per economia circolare (Circular Economy Network, 2023)
- 1° Paese dell'UE per % di riciclo sul totale dei rifiuti (GreenItaly 2021)
- 1° tra le cinque principali economie dell'UE per produttività delle risorse (Circular Economy Network, 2023)
- 7° Paese per export nel mondo (WTO 2022)
- 4° Paese dell'Ue per Surplus commerciale (2020)
- 42° Paese per corruzione (CPI 2021, Transparency International)
- 14° su 85 nella classifica "Best Countries" (US News, BAV Group e University of Pennsylvania, 2022)
- 1° per influenza culturale e prestigio, 2° per attrattività turistica (classifica Best Countries, 2022)
- 26° posto classifica global innovation index (2023)
- 20° posto nell'edizione 2022 dell'indice Ue di digitalizzazione dell'economia e della società (Desi)

### Le previsioni del CSC per l'Italia

(Variazioni %)

	2021	2022	2023	2024
<b>PIL</b>	8,3	3,7	0,7	0,5
<b>Esportazioni di beni e servizi</b>	13,9	9,9	0,8	2,3
<b>Tasso di disoccupazione<sup>1</sup></b>	9,5	8,1	7,7	7,4
<b>Prezzi al consumo</b>	1,9	8,1	5,8	2,1
<b>Indebitamento della PA<sup>2</sup></b>	8,8	8,0	5,3	3,8
<b>Debito della PA<sup>2</sup></b>	147,1	141,7	140,0	140,4

<sup>1</sup> valori percentuali; <sup>2</sup> in percentuale del PIL