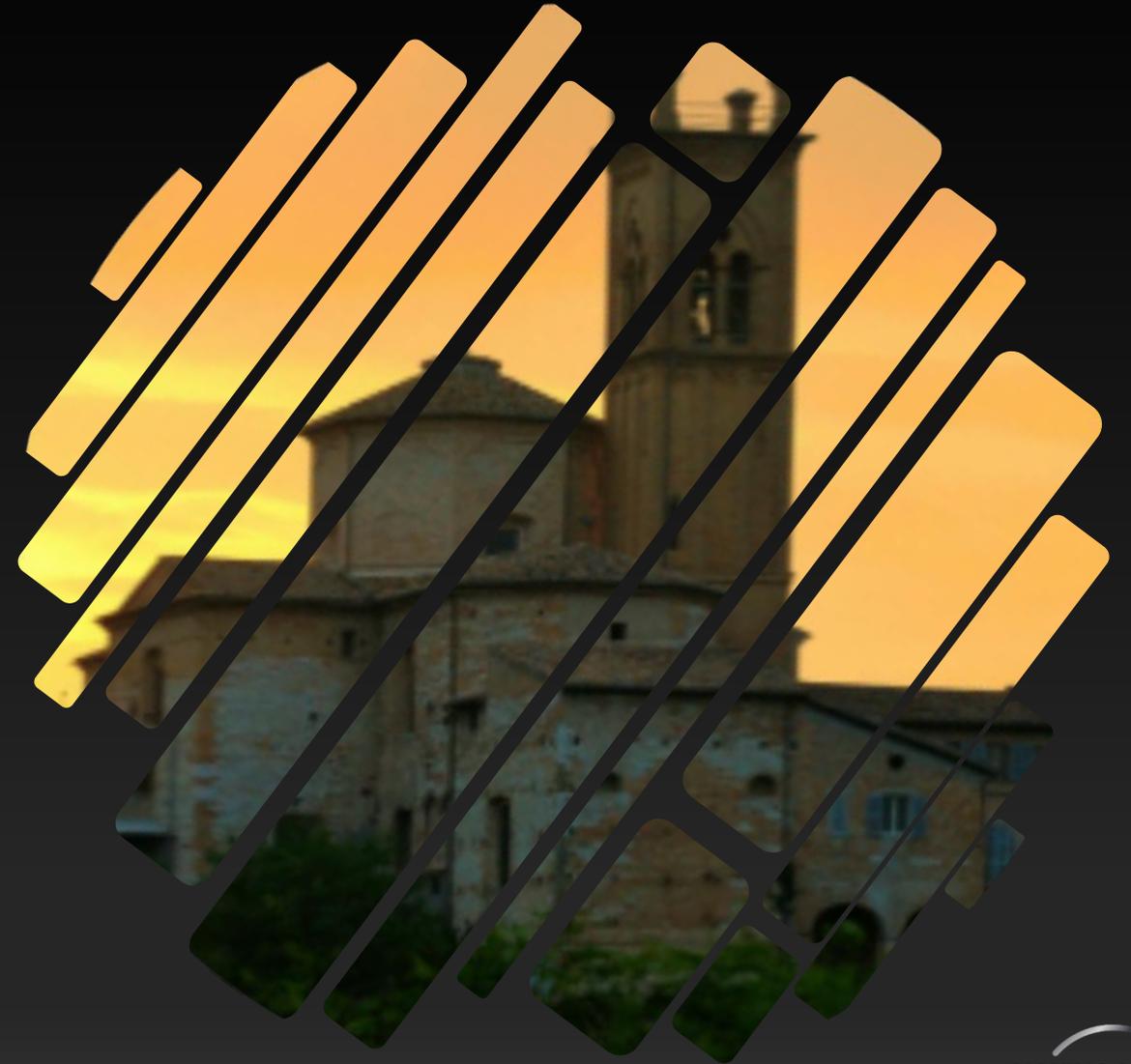


Deloitte.

L'impatto economico e
occupazionale del turismo e
la digitalizzazione nei Borghi
più belli d'Italia

Roma, 16 aprile 2024



Economic Advisory



- | | |
|----|--|
| 01 | Introduzione |
| 02 | I Borghi più belli d'Italia |
| 03 | L'impatto economico e occupazionale del turismo nei Borghi |
| 04 | La digitalizzazione nei Borghi |
| 05 | Conclusioni |
| 06 | Autori |



01	Introduzione
02	I Borghi più belli d'Italia
03	L'impatto economico e occupazionale del turismo nei Borghi
04	La digitalizzazione nei Borghi
05	Conclusioni
06	Autori



L'impegno di Deloitte per l'innovazione

Il presente studio si colloca nell'ambito del costante impegno e delle attività svolte da Deloitte a supporto del sociale, per un Paese che valorizza l'ambiente, le sue ricchezze artistiche e le persone, e che favorisce una digitalizzazione a dimensione umana

Borgo Antico, 2026

<https://bcove.video/3NLZwd1>

Presto sarà domani | Deloitte Italy

Un cortometraggio con la regia di Michele Placido, le musiche del premio Oscar Nicola Piovani e con protagonisti Riccardo Scamarcio e Carolina Crescentini.

Lo studio sui «Borghi più Belli d'Italia»

Attraverso analisi quantitative, è stata analizzata e quantificata l'attrattività turistica dei «Borghi più Belli d'Italia» e l'impatto economico e occupazionale derivante dal turismo indotto. È stata inoltre fornita un'analisi dell'importanza della digitalizzazione nei Borghi

Finalità del presente studio



Impatto economico e sociale e analisi dell'attrattività turistica

Sono stati analizzati e quantificati **l'attrattività turistica dei Borghi e l'impatto economico e occupazionale** sull'economia locale **derivante** dal turismo indotto.



Importanza della digitalizzazione

E' stata analizzata l'importanza **della digitalizzazione nei Borghi**, e alcune delle potenziali conseguenze che tale fenomeno può avere sulla **valorizzazione e sostenibilità** degli stessi.

I «Borghi più Belli d'Italia»

I borghi italiani rappresentano un inestimabile patrimonio storico, paesaggistico, artistico e culturale come espressione dell'autenticità dell'Italia e della sua bellezza



I borghi italiani, sono piccoli centri abitati sede di un patrimonio culturale e di tradizioni che non è possibile trovare altrove, in quanto capaci di **conservare il trascorso storico ed artistico** e **valorizzare tali ricchezze** nei confronti di abitanti e turisti, che tornano ad apprezzare il fascino e il valore che questi luoghi esprimono.

L'associazione «I Borghi più belli d'Italia» nasce nel 2002, con la **finalità di promuovere e valorizzare gli oltre 360 piccoli centri abitati** che esprimono un'eccellenza del **patrimonio italiano** e della sua **bellezza**.



Attraverso la rete di comunità locali promossa dall'associazione, viene favorito uno **sviluppo economico e sociale sostenibile** di questi luoghi promuovendo una forma di **turismo più attento alla cultura locale**.

01 Introduzione

02 I Borghi più belli d'Italia

03 L'impatto economico e occupazionale del turismo nei Borghi

04 La digitalizzazione nei Borghi

05 Conclusioni

06 Autori

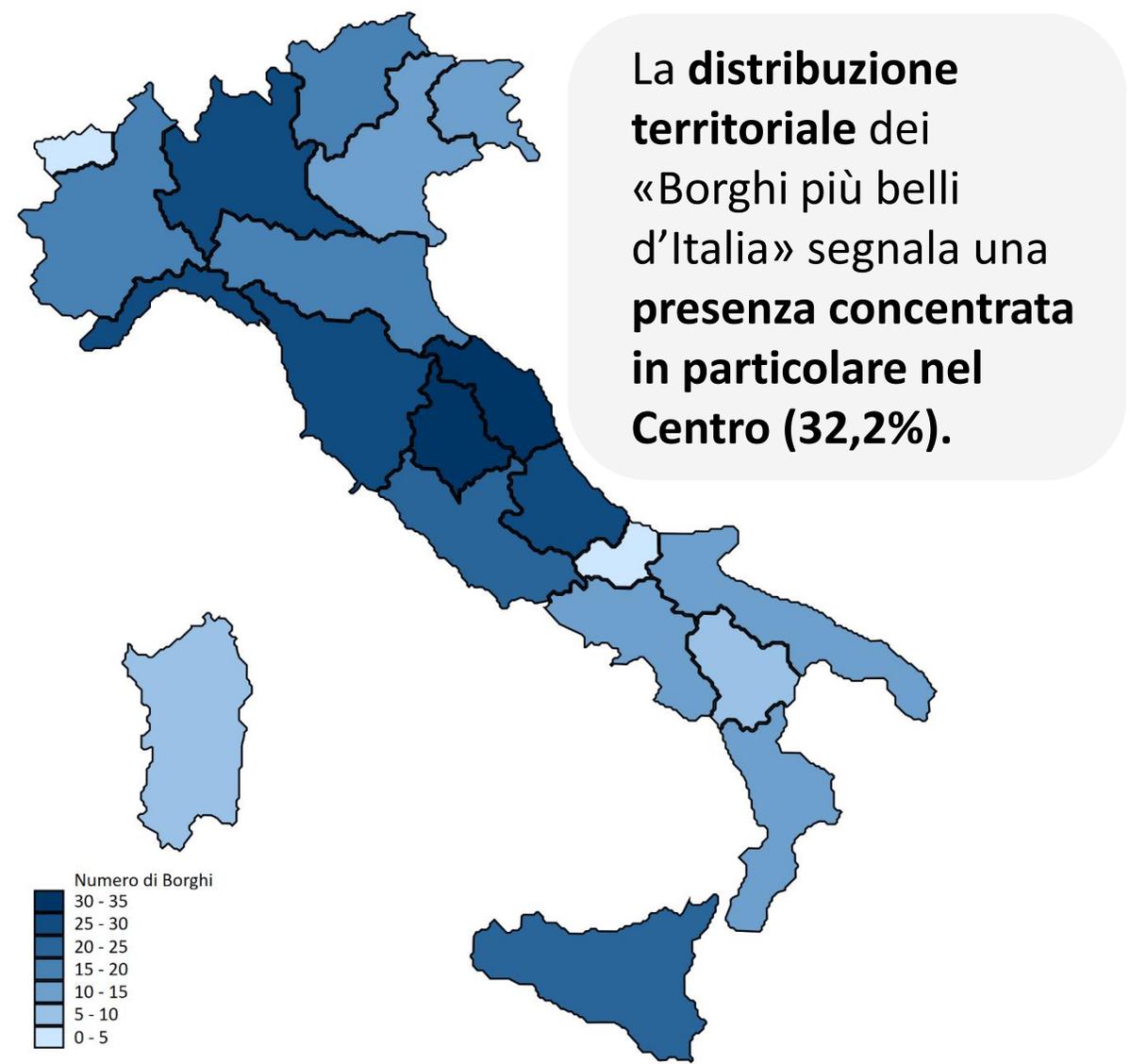


I Borghi più belli d'Italia

I borghi italiani compresi nella lista dei «Borghi più belli di Italia» nel 2023 sono 360, presenti sul territorio di tutte le regioni italiane



Le località inserite nella lista «Borghi più belli d'Italia» sono 360 e si trovano in tutte le regioni d'Italia.

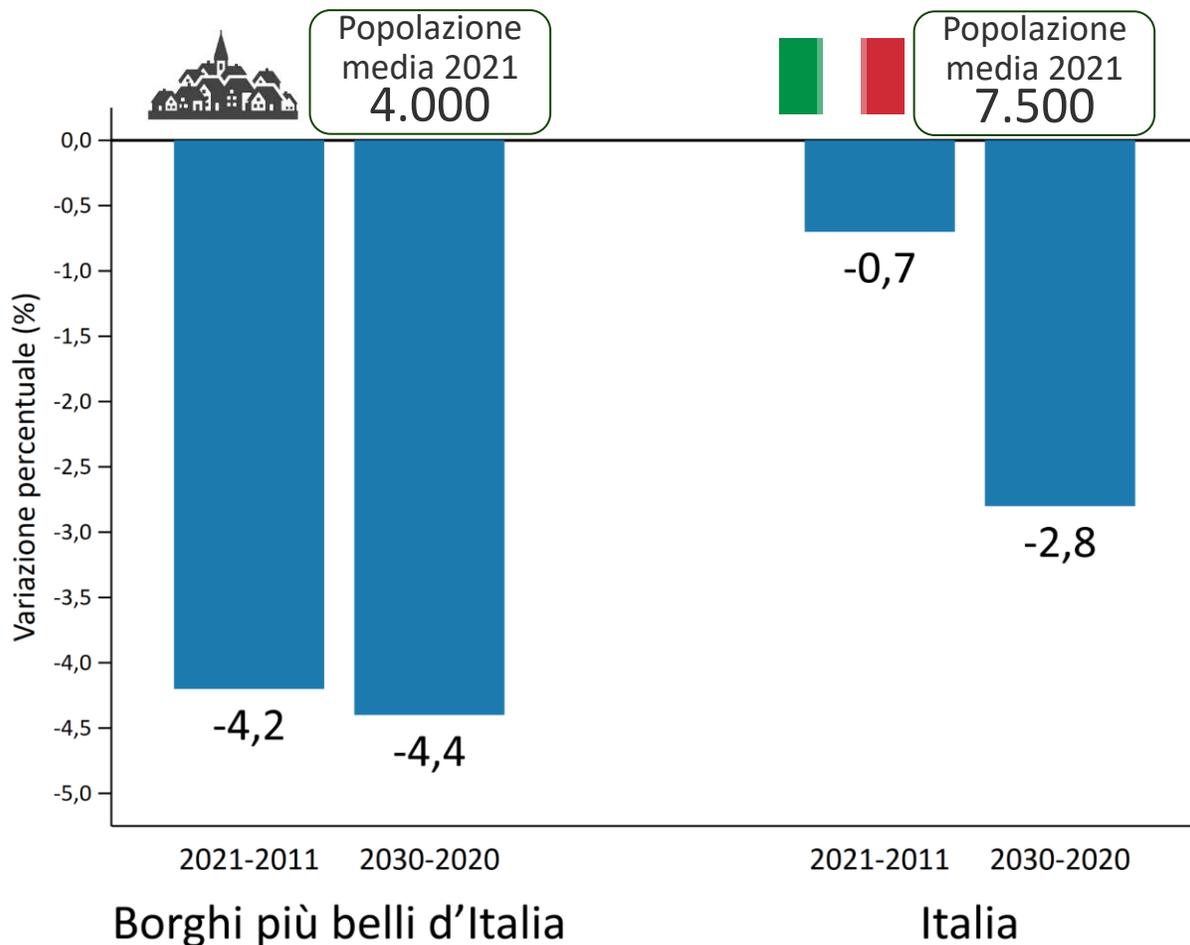


La **distribuzione territoriale** dei «Borghi più belli d'Italia» segnala una **presenza concentrata in particolare nel Centro (32,2%)**.

I Borghi più belli d'Italia

I Borghi sono caratterizzati da una minor popolazione media e da un più accentuato fenomeno di spopolamento rispetto alla media italiana. Lo sviluppo di infrastrutture digitali rappresenta un'opportunità fondamentale per soddisfare le necessità lavorative e sociali successive alla pandemia e combattere quindi lo spopolamento

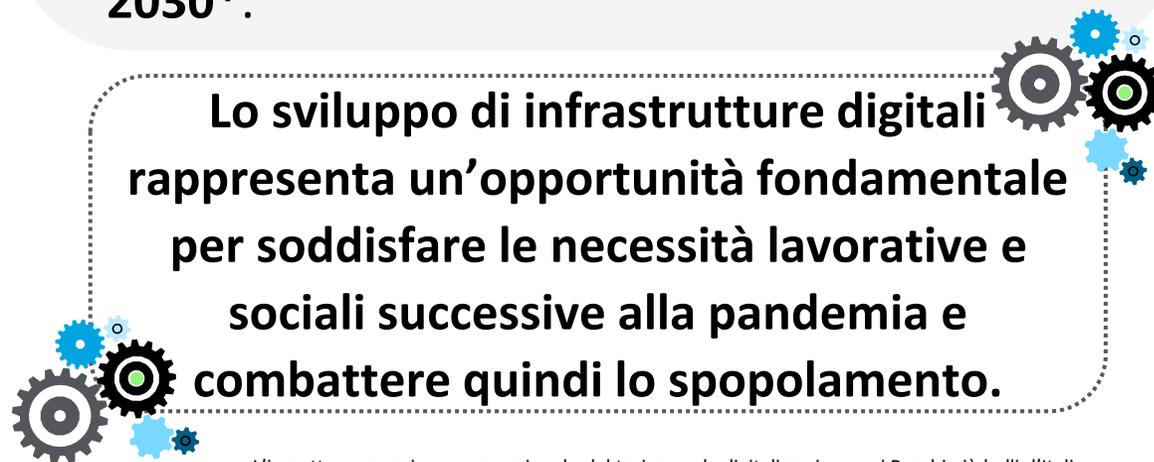
Variazione percentuale della popolazione residente



Fonte: Istat

- Si registra una **popolazione media per i Borghi più belli d'Italia** (circa 4.000 abitanti nel 2021*) **pari a circa la metà della popolazione media nei comuni italiani** (circa 7.500).
- I Borghi sono inoltre caratterizzati da un importante **fenomeno di spopolamento**.
- **Si prevede inoltre che tale fenomeno si protrarrà e accentuerà nel periodo 2020-2030***.

Lo sviluppo di infrastrutture digitali rappresenta un'opportunità fondamentale per soddisfare le necessità lavorative e sociali successive alla pandemia e combattere quindi lo spopolamento.



* Dati relativi ai 343 borghi che ad inizio 2023 rientravano nella lista dei «Borghi più belli d'Italia» per i quali sono disponibili previsioni ISTAT sulla popolazione al 2030.

01 Introduzione

02 I Borghi più belli d'Italia

03 L'impatto economico e occupazionale del turismo nei Borghi

04 La digitalizzazione nei Borghi

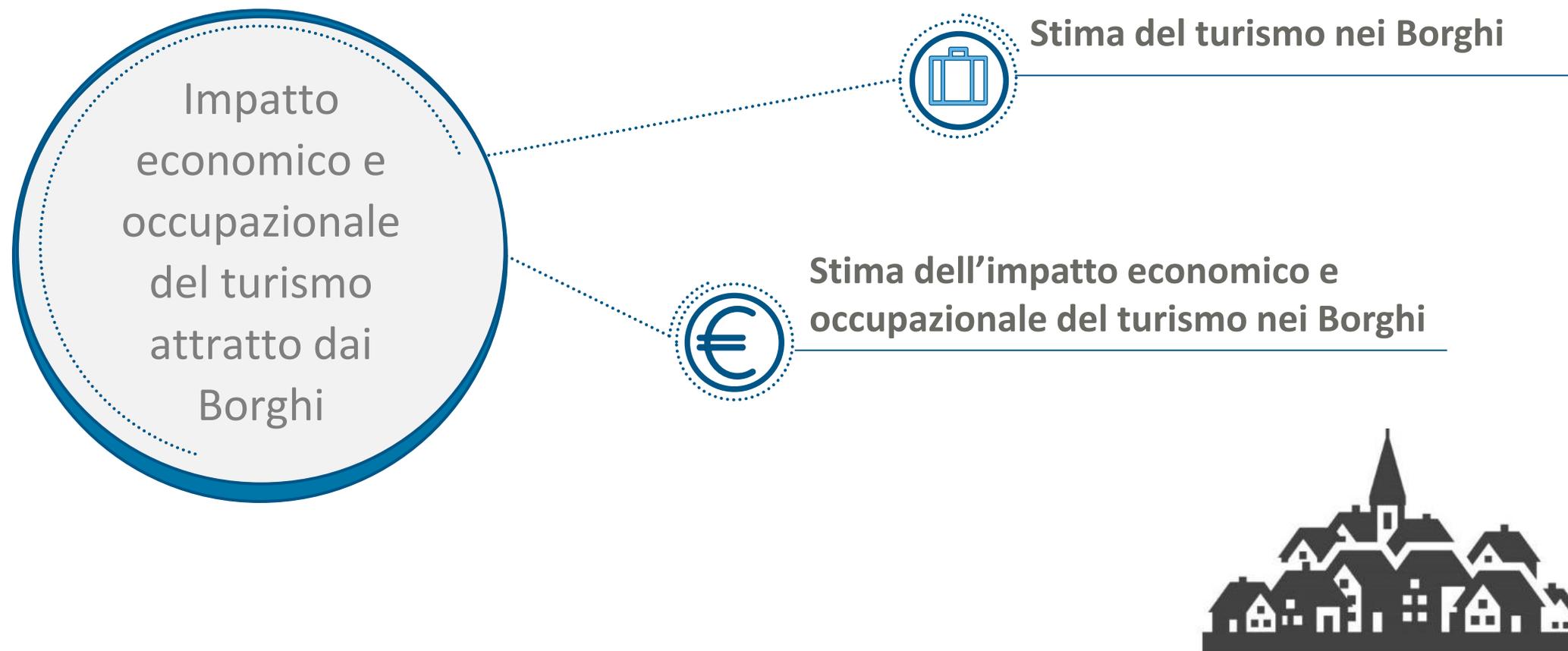
05 Conclusioni

06 Autori



L'impatto economico e occupazionale del turismo nei Borghi

Attraverso analisi quantitative, è stata analizzata e quantificata l'attrattività turistica dei Borghi e l'impatto economico e occupazionale derivante dal turismo



L'impatto economico e occupazionale del turismo – Approccio metodologico

Il nostro approccio metodologico alla stima del contributo economico e occupazionale del turismo attratto dai Borghi

Origine dell'impatto

- Spesa turistica indotta

Ambito geografico

- Italia
- Regioni italiane



Metodologia

- Modello Input-Output
- Modelli econometrici

Metriche utilizzate

- Contributo al PIL
- Contributo all'occupazione
- Contributo alle entrate fiscali

Tipologia di impatto

- Impatto diretto
- Impatto indiretto
- Impatto indotto



Spesa turistica indotta

Contributo economico e occupazionale derivante dalla spesa turistica indotta dalla presenza dei visitatori dei Borghi.



Modello Input-Output

Gli impatti economici e occupazionali sono stati stimati utilizzando la Metodologia Input-Output (IO). E' stato sviluppato un modello input-output regionale.



Modelli econometrici

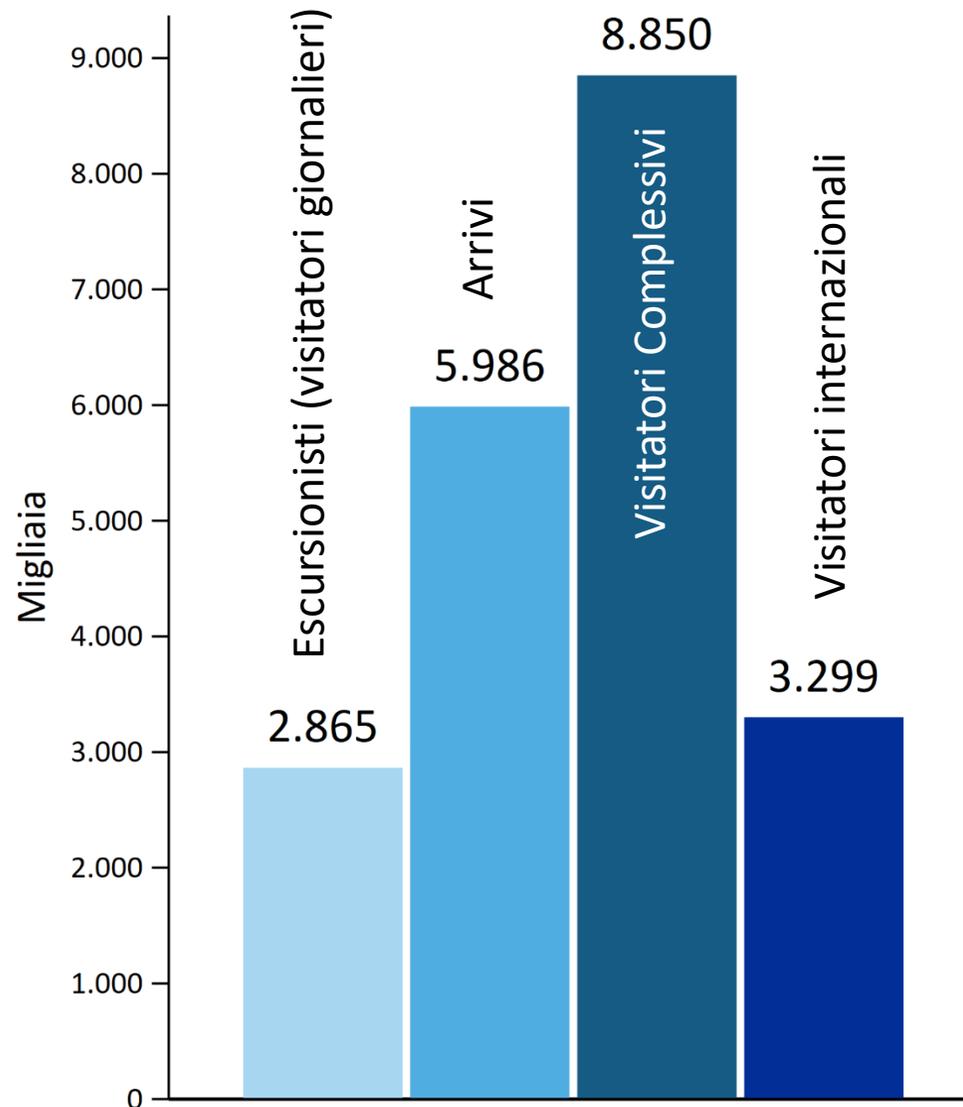
La spesa turistica indotta dalla presenza dei visitatori dei Borghi è stata stimata attraverso l'utilizzo di modelli econometrici che consentono l'analisi dei profili di spesa tra le principali categorie di spesa (alloggio, cibo e bevande, etc.) delle diverse tipologie di visitatori.



L'impatto economico e occupazionale del turismo – Stima del turismo nei Borghi

Si stima che i visitatori complessivi dei Borghi (italiani e stranieri, giornalieri e pernottanti in strutture ricettive) siano stati nel 2022 oltre 8,8 milioni, per un totale di circa 21,5 milioni di pernottamenti

Visitatori (2022)



Fonte: Deloitte analysis su dati ISTAT.

🧳 Visitatori nei Borghi*	
Escursionisti (visitatori giornalieri)	2,8 mln
+	
Arrivi	6 mln
=	
Visitatori Complessivi	8,8 mln

di cui

Visitatori internazionali	3,3 mln
---------------------------	----------------

🌙 Presenze nei Borghi*	
Presenze (pernottamenti)	21,5 mln
Permanenza media	3,6 notti

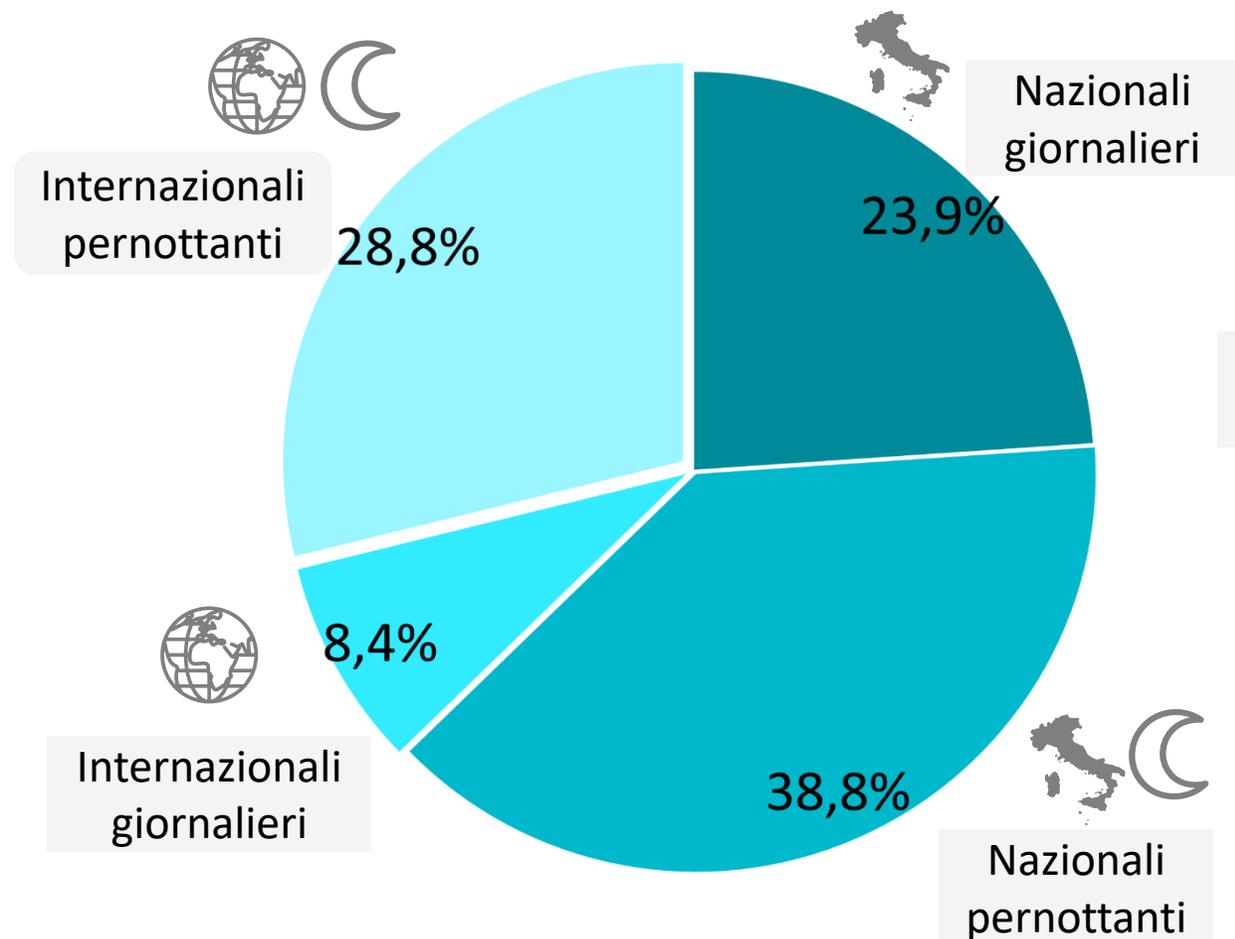


* Arrivi: il numero di visitatori, italiani e stranieri, arrivati in strutture ricettive. Presenze: numero delle notti trascorse dai visitatori, italiani e stranieri, negli esercizi ricettivi. Escursionisti: visitatori giornalieri senza pernottamento. Visitatori complessivi: numero di visitatori, italiani e stranieri, giornalieri e pernottanti in strutture ricettive.

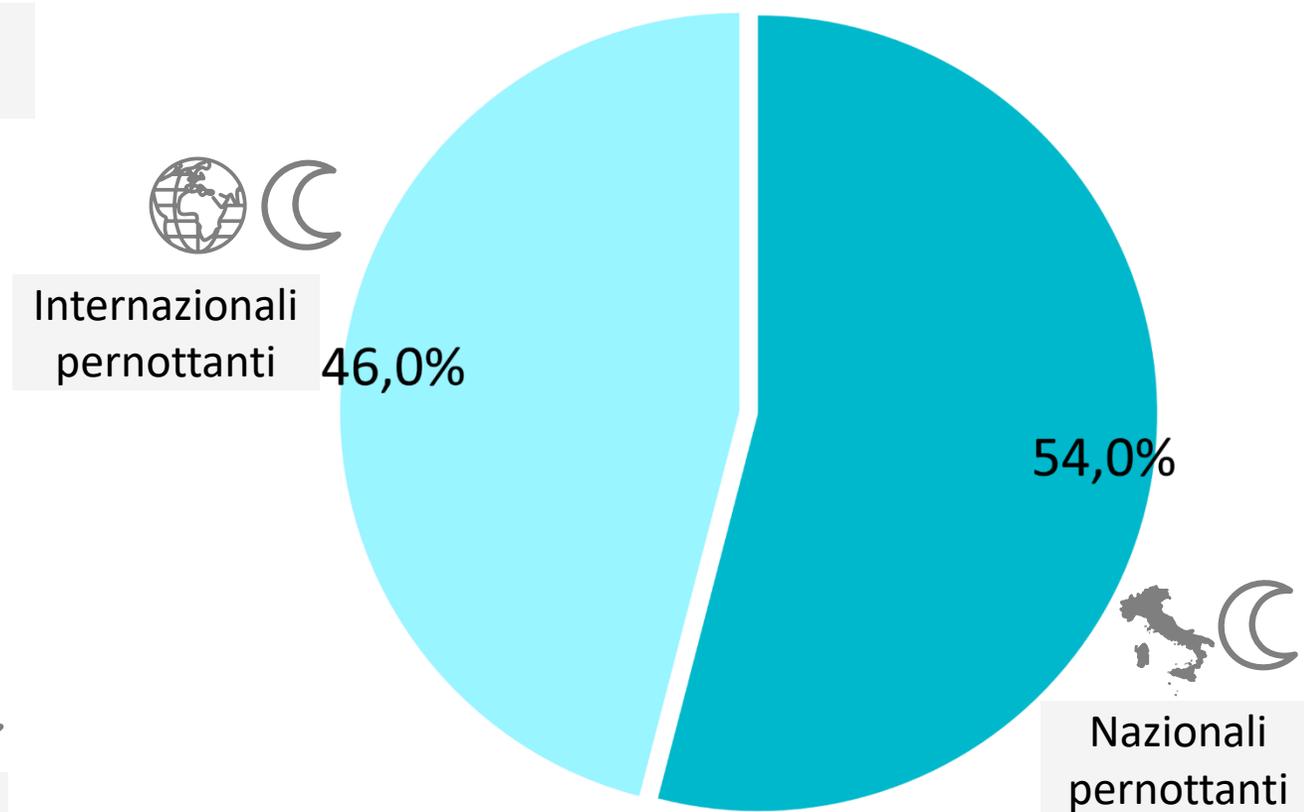
L'impatto economico e occupazionale del turismo – Stima del turismo nei Borghi

Si stima che circa il 37% dei visitatori complessivi dei Borghi siano internazionali e che circa il 32% siano visitatori giornalieri

Visitatori per provenienza (%)



Presenze (pernottamenti) per provenienza (%)

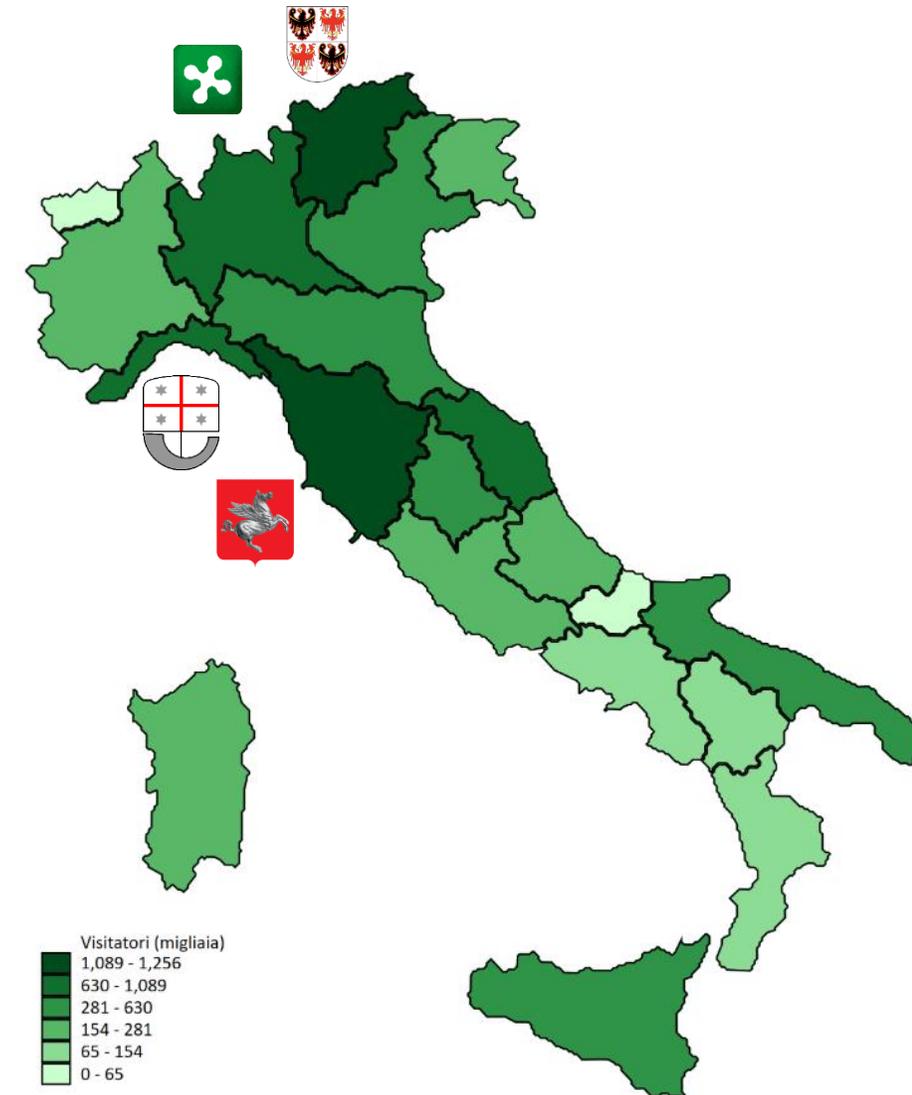
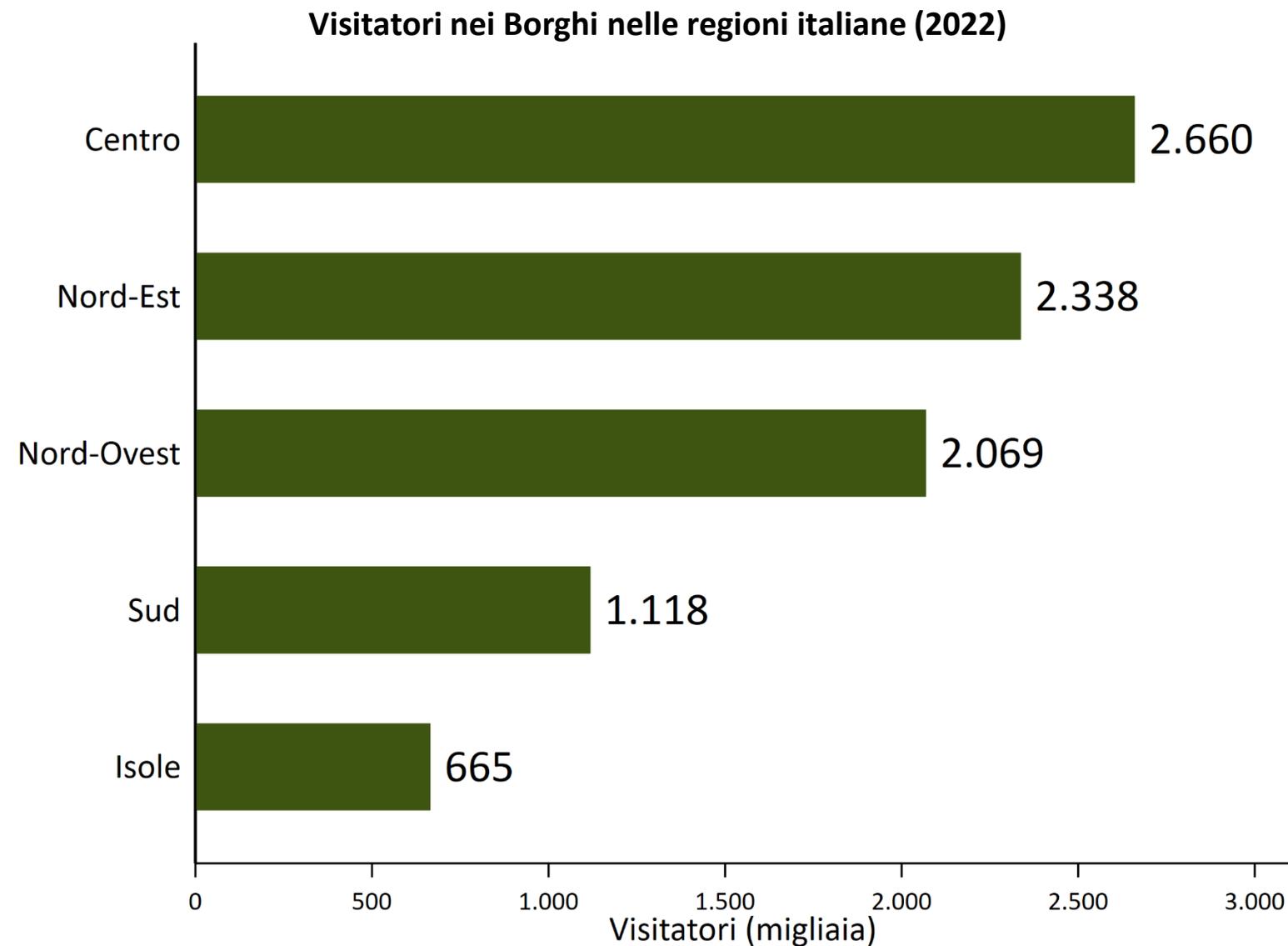


Fonte: Deloitte analysis su dati ISTAT.

* Arrivi: il numero di visitatori, italiani e stranieri, arrivati in strutture ricettive. Presenze: numero delle notti trascorse dai visitatori, italiani e stranieri, negli esercizi ricettivi. Escursionisti: visitatori giornalieri senza pernottamento. Visitatori complessivi: numero di visitatori, italiani e stranieri, giornalieri e pernottanti in strutture ricettive.

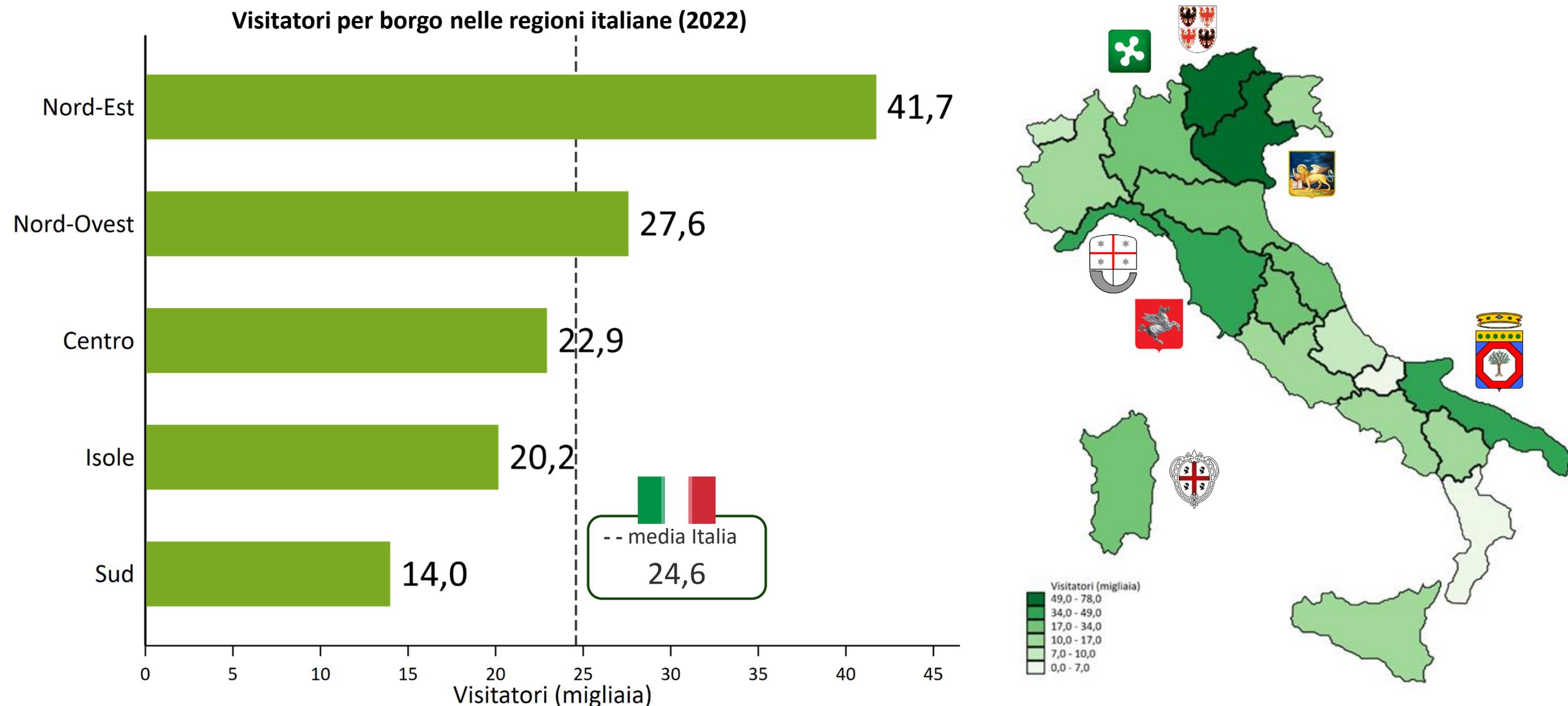
L'impatto economico e occupazionale del turismo – Stima del turismo nei Borghi

Il maggior numero di visitatori nei Borghi si concentrano al Centro e al Nord Italia, e in particolare in Trentino-Alto Adige, Toscana, Liguria e Lombardia



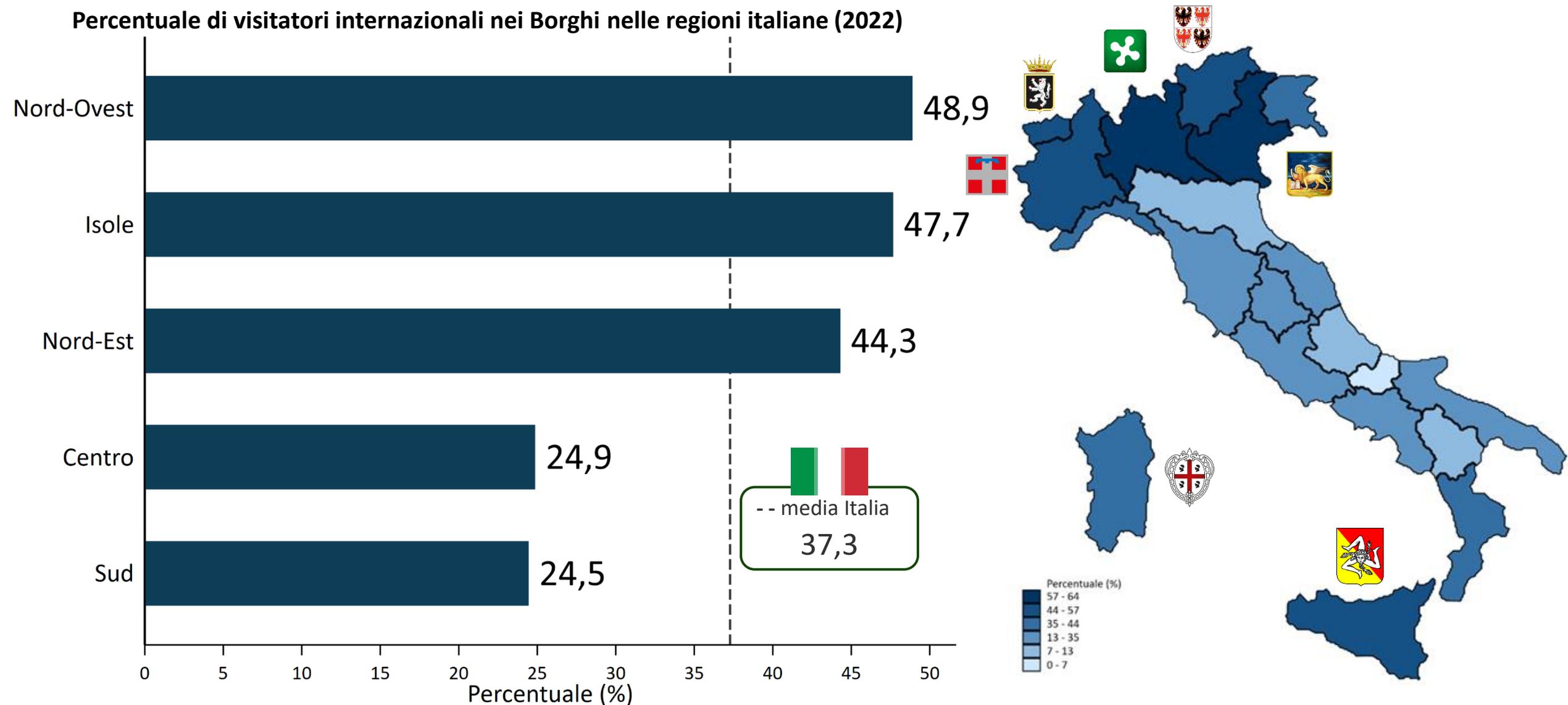
L'impatto economico e occupazionale del turismo – Stima del turismo nei Borghi

Il maggior numero medio di visitatori per borgo si rileva nel Nord-Est Italia, e in particolare in Trentino-Alto Adige e Veneto. Mediamente più di 25.000 visitatori per borgo sono anche in Puglia, Toscana, Liguria, Lombardia e Sardegna



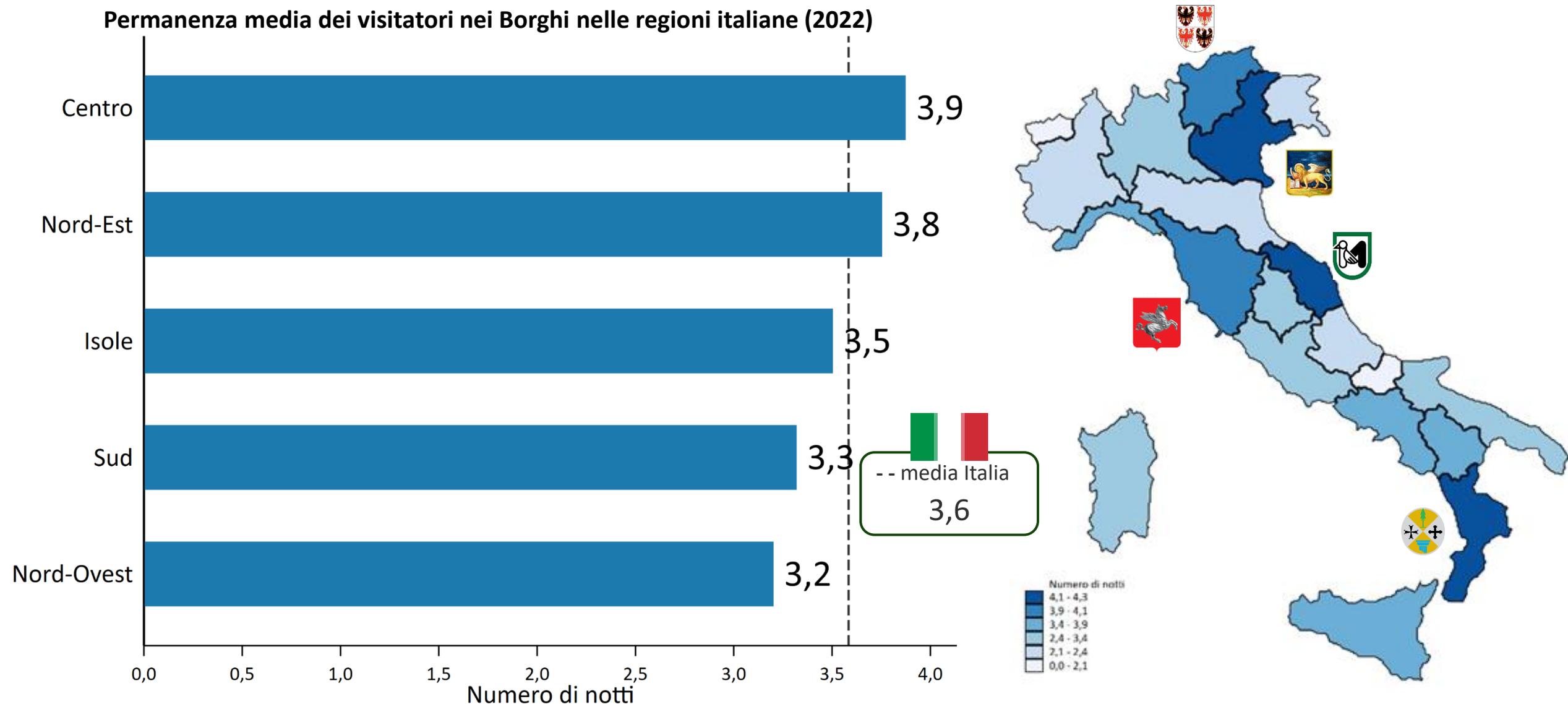
L'impatto economico e occupazionale del turismo – Stima del turismo nei Borghi

Le regioni con la maggior percentuale di visitatori internazionali nei Borghi sono nel Nord e nelle Isole, e in particolare Lombardia, Veneto, Sicilia, Valle d'Aosta, Piemonte, Trentino-Alto Adige e Sardegna



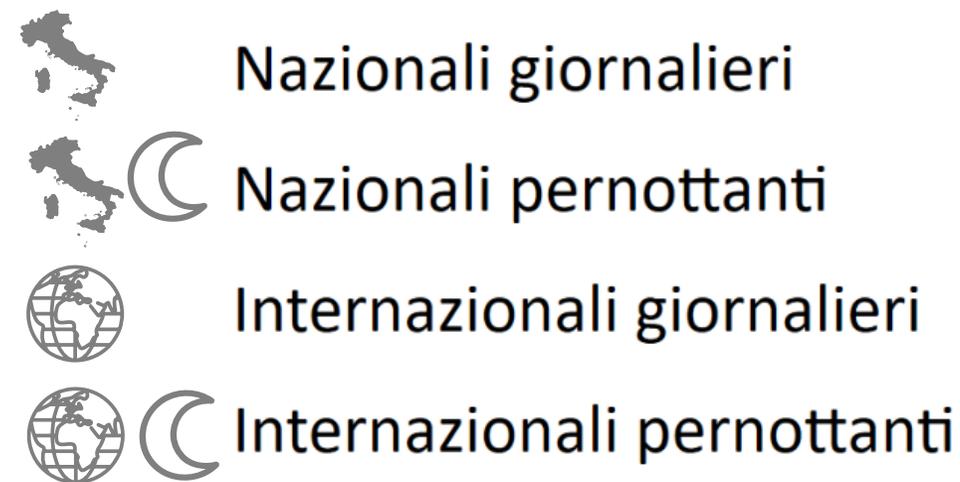
L'impatto economico e occupazionale del turismo – Stima del turismo nei Borghi

Le regioni con la maggior permanenza media dei visitatori nei Borghi sono al Centro e al Nord-Est, in particolare Marche, Veneto, Toscana e Trentino-Alto Adige, e in Calabria.



L'impatto economico e occupazionale del turismo – Approccio metodologico per la stima della spesa locale indotta

Al fine di stimare l'impatto della spesa turistica indotta sull'economia regionale e nazionale è necessario quantificare la spesa totale indotta dei turisti



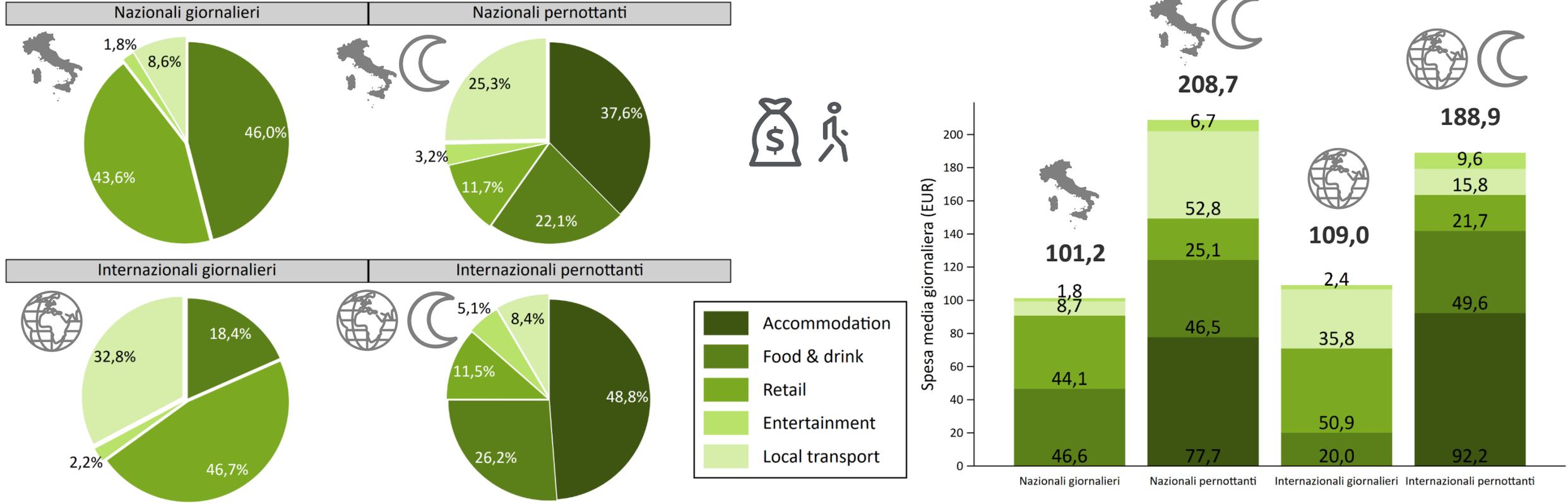
I profili di spesa (entità e distribuzione) delle diverse tipologie di visitatori sono stati stimati sulla base di:

- dati Indagine sul Turismo Internazionale (Banca d'Italia);
- dati Indagine viaggi e vacanze (ISTAT);
- dati Italian Tourism Satellite Account (ISTAT).

L'impatto economico e occupazionale del turismo – Approccio metodologico per la stima della spesa locale indotta

L'entità e la distribuzione della spesa tra le principali categorie di spesa varia in genere notevolmente tra le diverse tipologie di visitatori

Spesa media giornaliera per tipologia di visitatore



Per ciascun gruppo di visitatori, questi profili forniscono una **stima della spesa giornaliera per visitatore**, che a sua volta viene **moltiplicata per il numero di visitatori** e per la **permanenza media** al fine di produrre la **spesa totale**.

Spesa turistica totale = **Spesa media giornaliera, per visitatore** X **# di visitatori** X **Permanenza media**

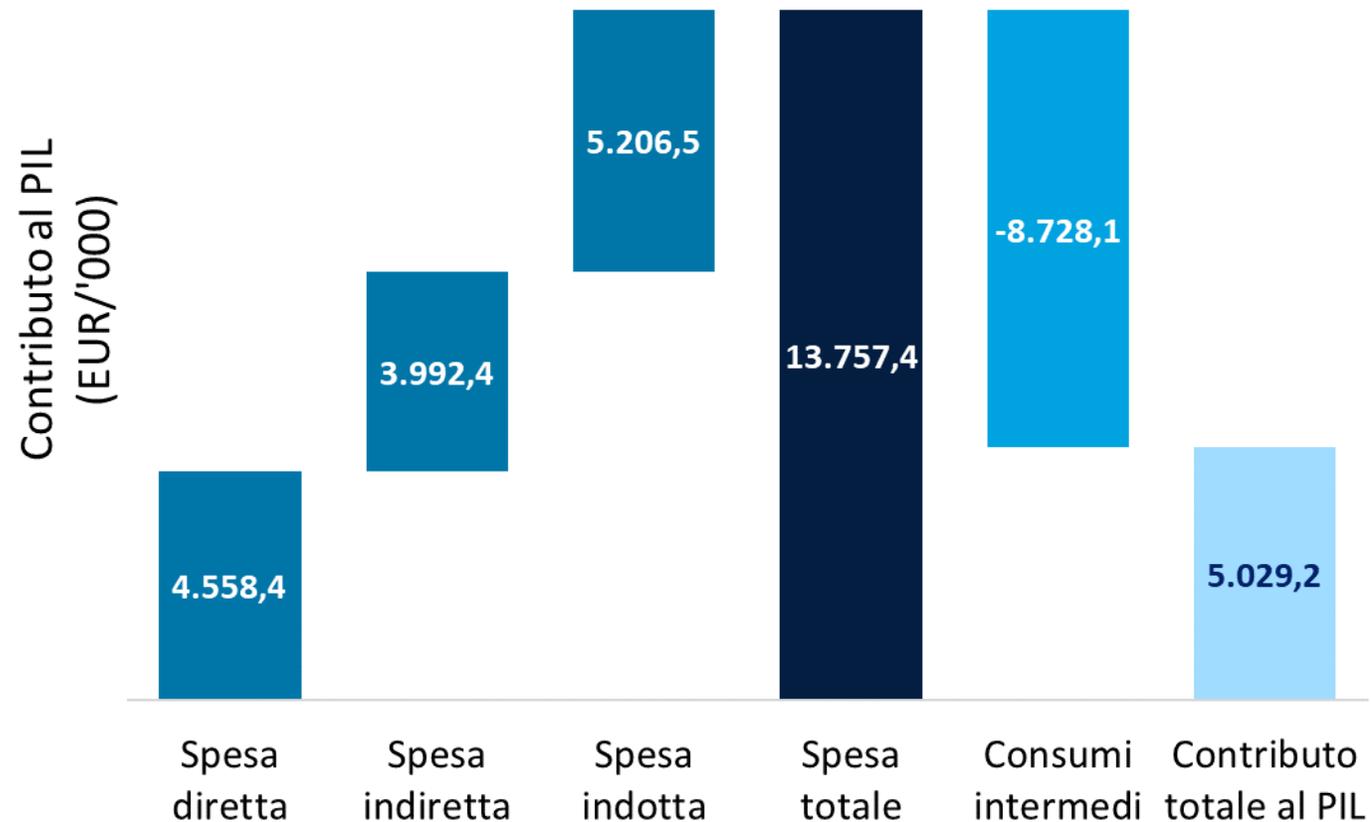
L'impatto economico e occupazionale del turismo nei Borghi

L'impatto economico e occupazionale

L'impatto economico e occupazionale del turismo – Italia

Tenendo conto dei consumi intermedi, si stima che il turismo indotto dai Borghi abbia contribuito nel 2022 con circa 5 miliardi di euro annui al PIL italiano

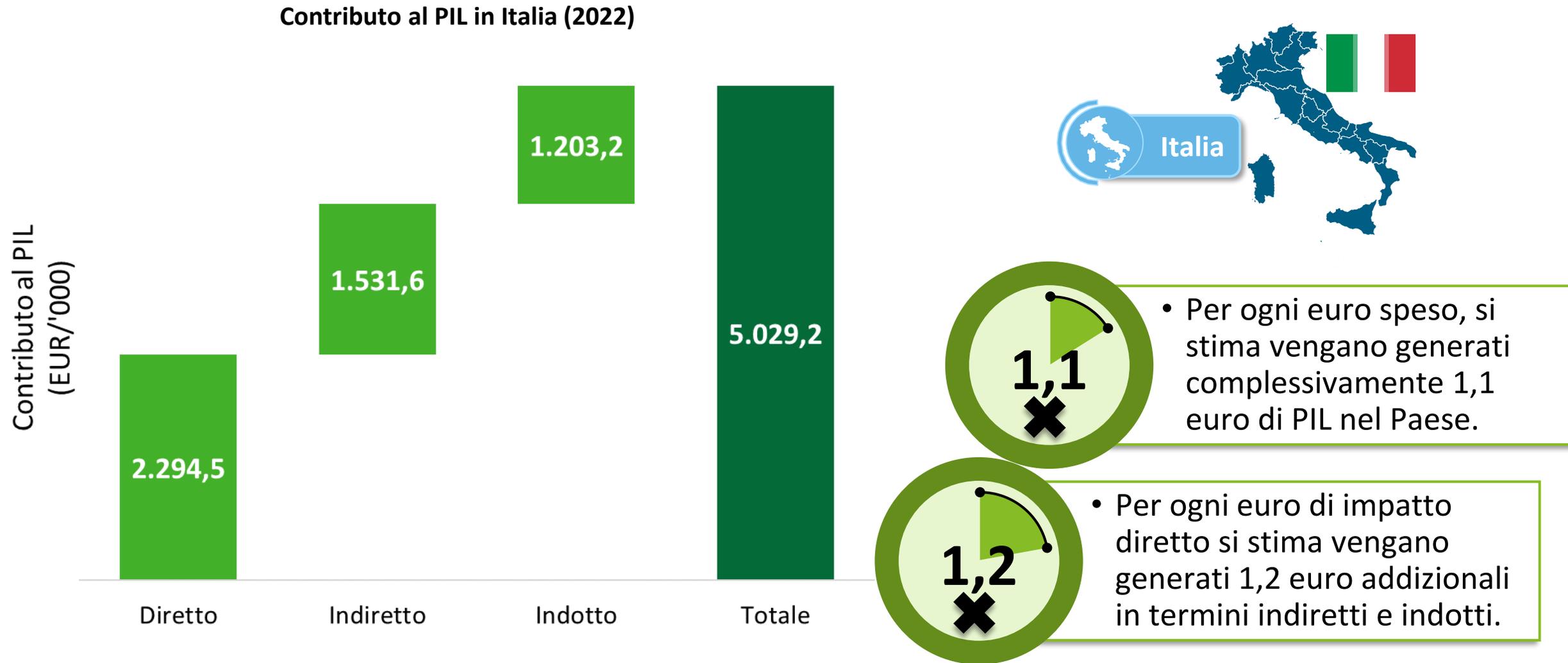
Contributo al PIL in Italia (2022)



- La **spesa diretta** in Italia derivante dal turismo indotto dai Borghi nel 2022 è stimata in circa **4,6 miliardi di euro**.
- A fronte di tale spesa diretta, si stimano oltre **9 miliardi** di euro di **ulteriore spesa indiretta e indotta**.
- Si stimano quindi circa **13,8 miliardi di euro** di **spesa complessiva** generata in Italia.
- Si tenga presente che la spesa è una metrica di volume lordo, e non una metrica del valore aggiunto come il PIL.
- La **compensazione dei consumi intermedi** fornisce la stima del **contributo al PIL**, pari a circa **5 miliardi di euro**.

L'impatto economico e occupazionale del turismo – Italia

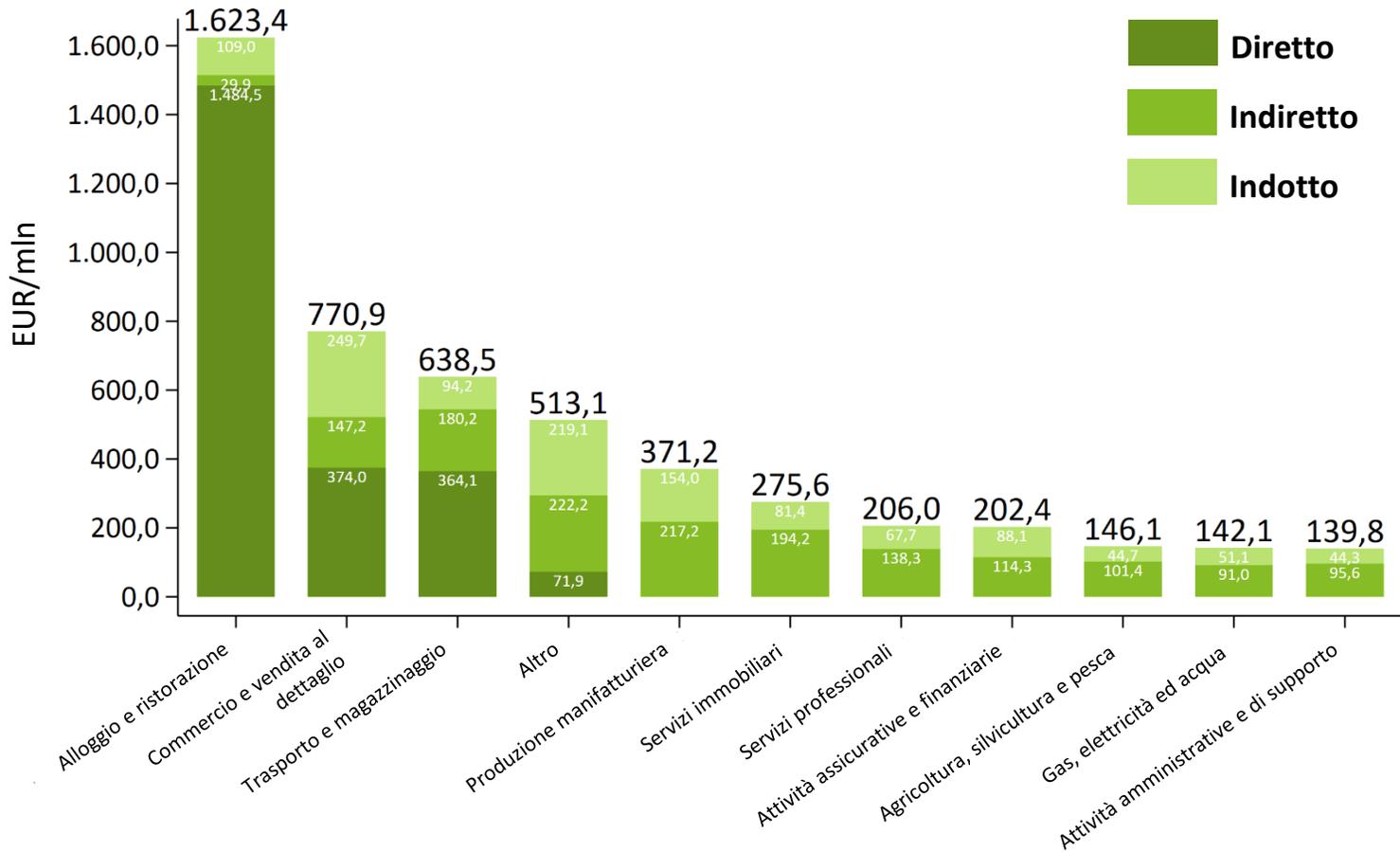
Si stima che il turismo indotto dai Borghi abbia contribuito nel 2022 con circa 5 miliardi di euro annui al PIL italiano. A fronte di una spesa turistica di circa 4,6 miliardi di euro, per ogni euro speso, si stima vengano generati 1,1 euro di PIL nel Paese



L'impatto economico e occupazionale del turismo – Italia

I settori maggiormente beneficiati dal contributo al PIL sono alloggio e ristorazione, commercio e trasporti, beneficiando del 60% dell'impatto totale

Contributo al PIL diretto, indiretto e indotto per settore (2022)



I settori che beneficiano maggiormente dal contributo al PIL sono:

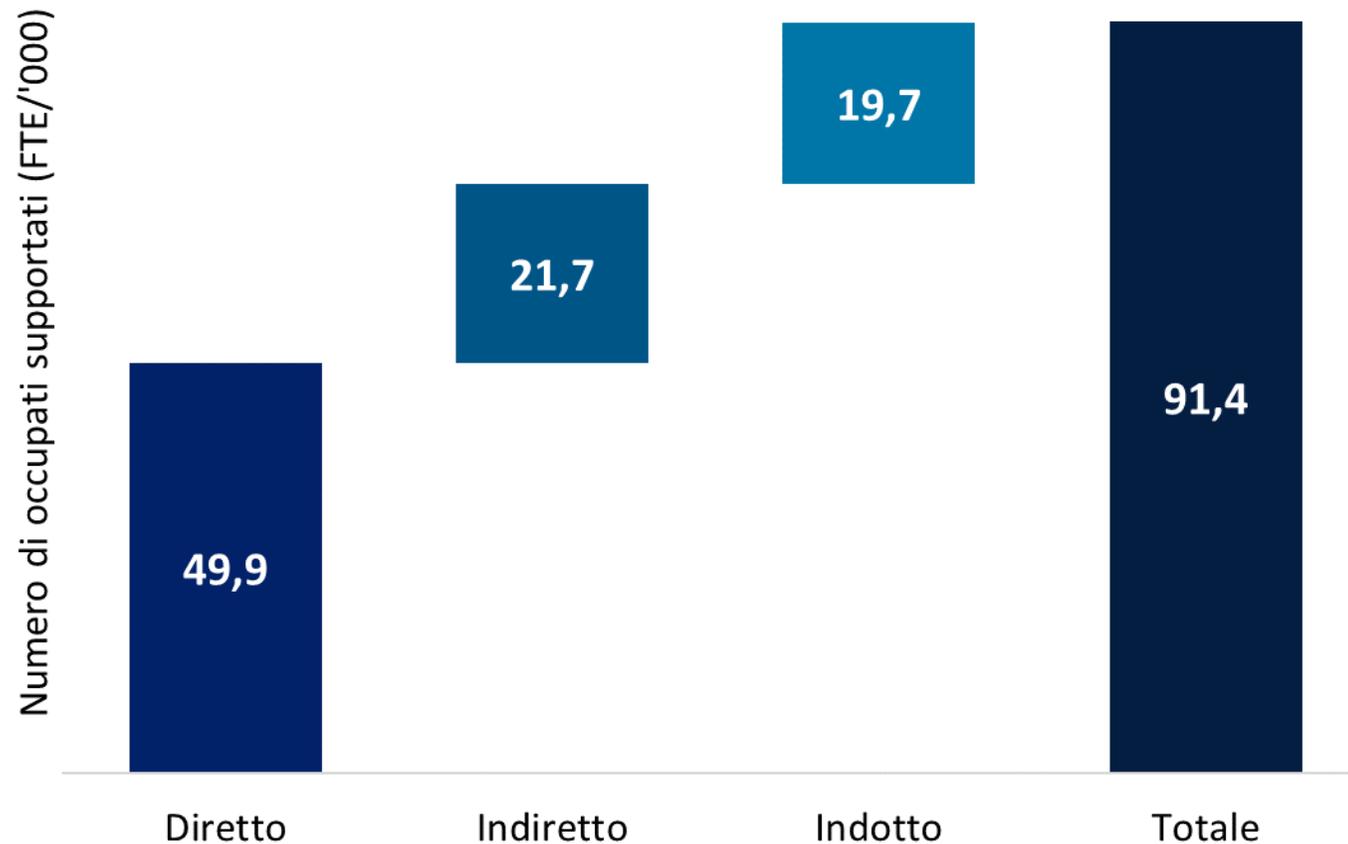
-  **Alloggio e ristorazione** (1,6 miliardi di euro, circa il 32% del totale).
-  **Commercio** (771 milioni di euro, circa il 15% del totale).
-  **Trasporti** (638 milioni di euro, circa il 13% del totale).

Fonte: Deloitte modeling analysis su dati Eurostat; ISTAT; Banca d'Italia.

L'impatto economico e occupazionale del turismo – Italia

Si stima che il turismo indotto dai Borghi abbia supportato nel 2022 circa 91.400 occupati in Italia

Occupazione supportata in Italia (FTE, 2022)



- Per ogni occupato diretto, si stima vengano supportati 0,8 posti di lavoro aggiuntivi* in termini indiretti e indotti.

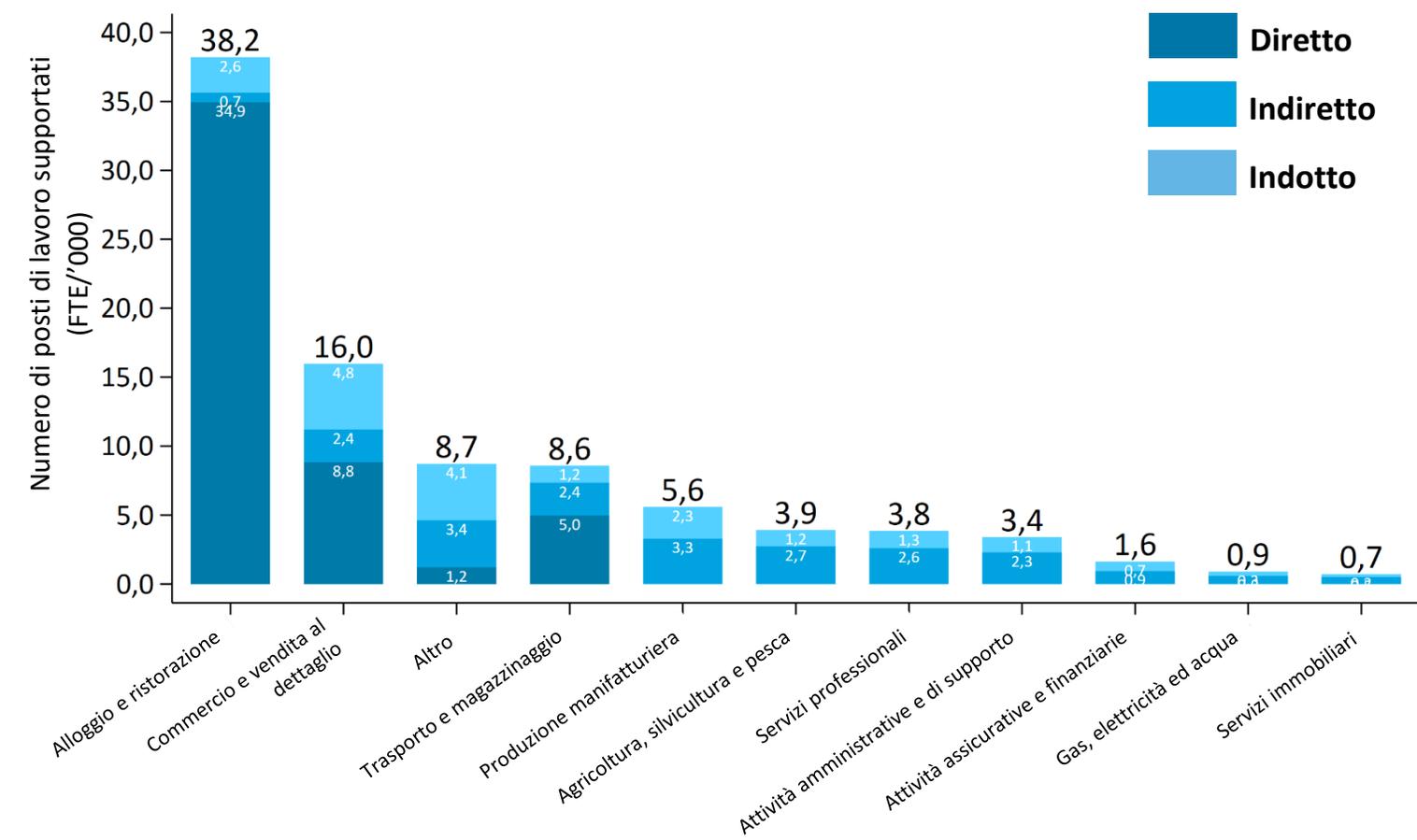
Fonte: Deloitte modeling analysis su dati Eurostat; ISTAT; Banca d'Italia.

*L'occupazione viene misurata in termini di numero di occupati equivalenti a tempo pieno (FTE) di durata annuale supportati.

L'impatto economico e occupazionale del turismo – Italia

I settori maggiormente beneficiati dal contributo all'occupazione sono alloggio e ristorazione, commercio e trasporti, beneficiando del 69% dell'impatto totale

Contributo diretto, indiretto e indotto all'occupazione (FTE) per settore (2022)



I settori che beneficiano maggiormente dal contributo all'occupazione* sono:

-  **Alloggio e ristorazione** (38.200 occupati FTE, circa il 42% del totale).
-  **Commercio** (16.000 occupati FTE, circa il 17,5% del totale).
-  **Trasporti** (8.600 occupati FTE, circa il 9,4% del totale).

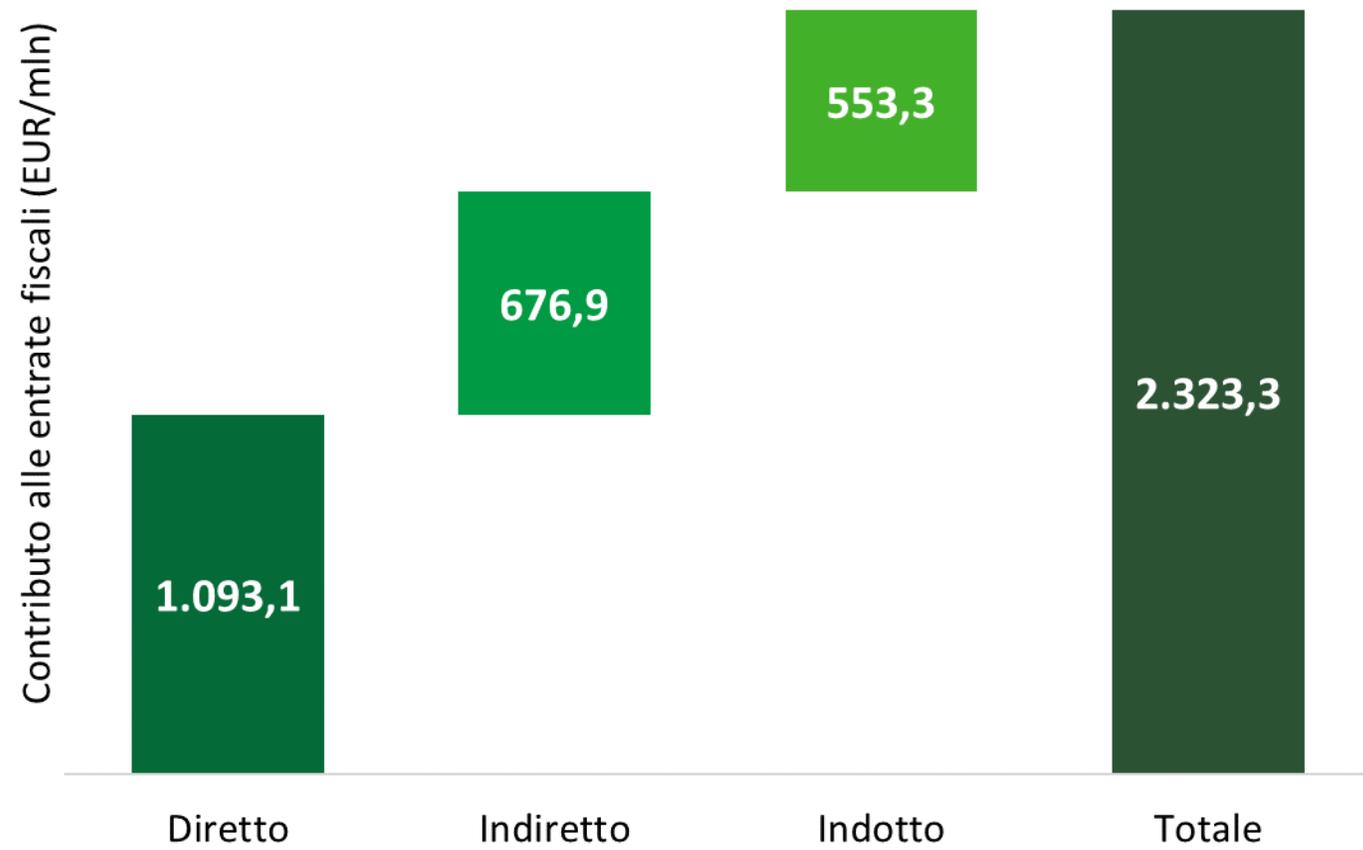
Fonte: Deloitte modeling analysis su dati Eurostat; ISTAT; Banca d'Italia.

*L'occupazione viene misurata in termini di numero di occupati equivalenti a tempo pieno (FTE) di durata annuale supportati.

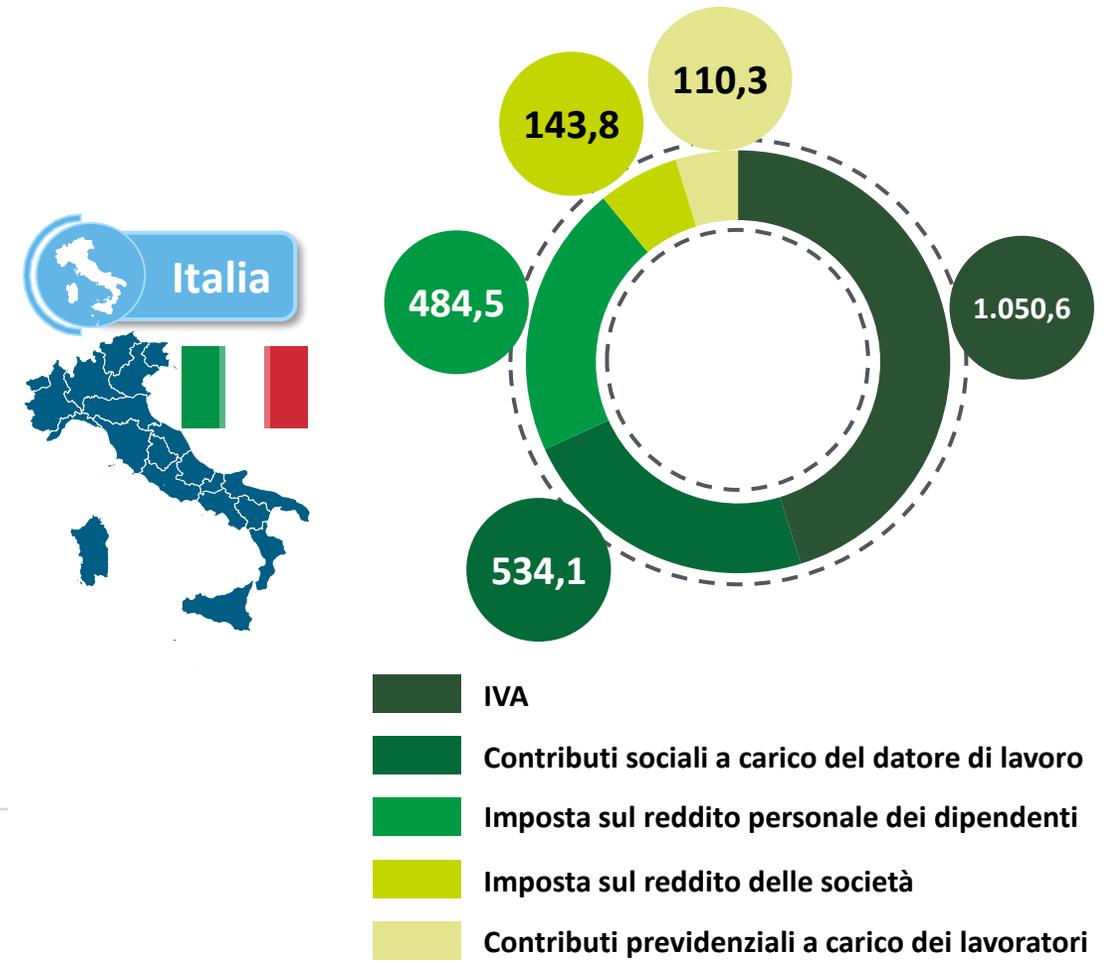
L'impatto economico e occupazionale del turismo – Italia

Si stima il turismo indotto dai Borghi abbia avuto nel 2022 un importante effetto positivo sulle entrate fiscali a livello nazionale, pari a più di 2,3 miliardi di euro (di cui circa 1 Mld EUR di IVA)

Contributo alle entrate fiscali generate in Italia (2022)



Entrate fiscali generate in Italia per tipologia di imposta (EUR/mln, 2022)



Fonte: Deloitte modeling analysis su dati Eurostat; ISTAT; Banca d'Italia.

L'impatto economico e occupazionale del turismo – Italia

Si stima che l'impatto economico generato dal turismo indotto dai Borghi nel 2022 sia equivalente a circa lo 0,3% del PIL italiano e a circa il 7,1% del PIL del settore dell'arte e intrattenimento e il 7,6% I&C del PIL del settore I&C in Italia

Si stima che l'impatto economico generato dal turismo indotto dai Borghi nel 2022 sia equivalente a*:



Fonte: Deloitte modeling analysis su dati Eurostat; ISTAT; Banca d'Italia.

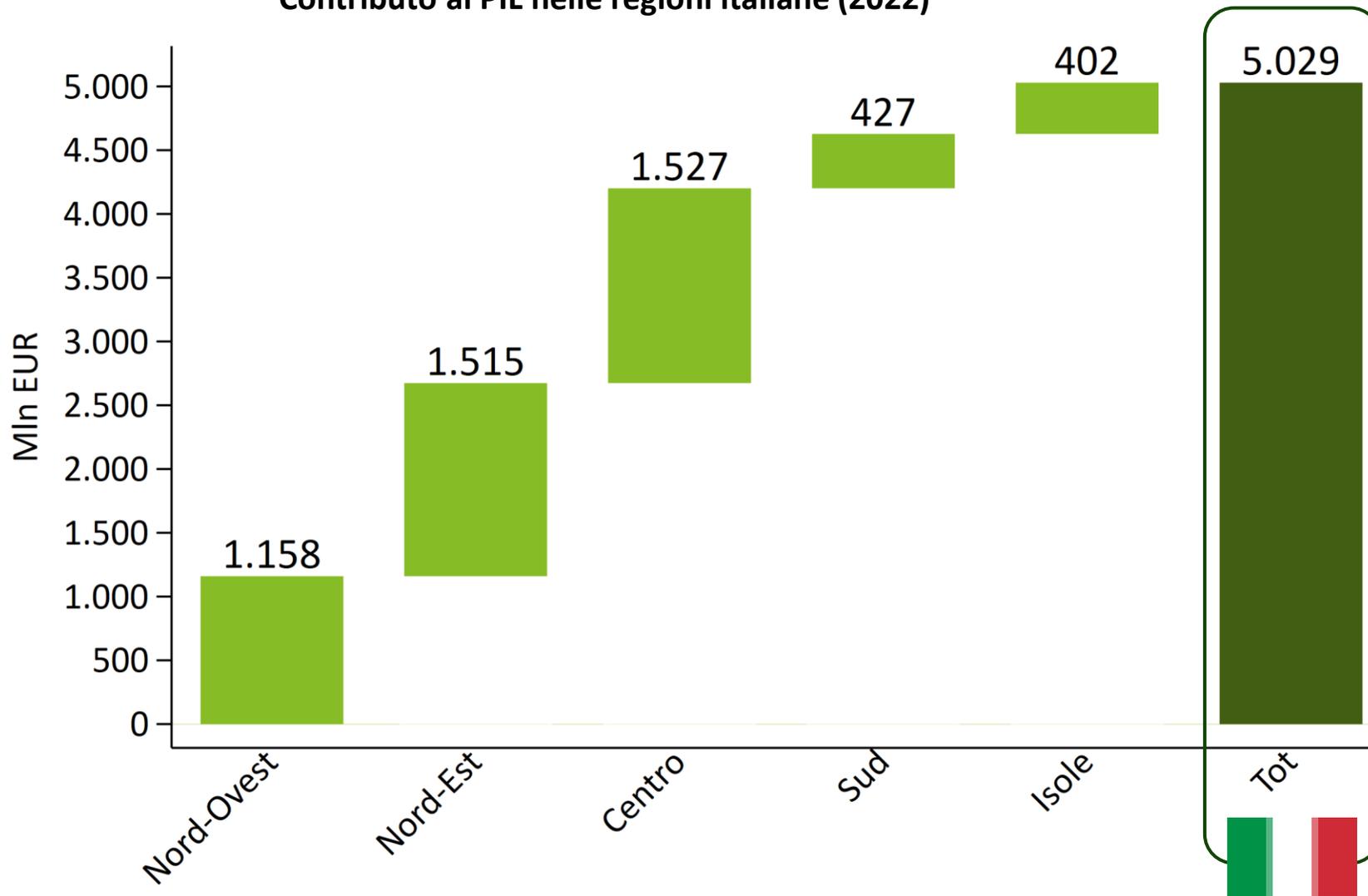
* I confronti riportati sono forniti a puro scopo comparativo, per dare un'idea illustrativa dell'entità degli impatti generati.

** Information and Communication.

L'impatto economico e occupazionale del turismo – Regioni

In termini assoluti, il maggiore contributo al PIL risulta essere prodotto al Centro e al Nord-Est

Contributo al PIL nelle regioni italiane (2022)



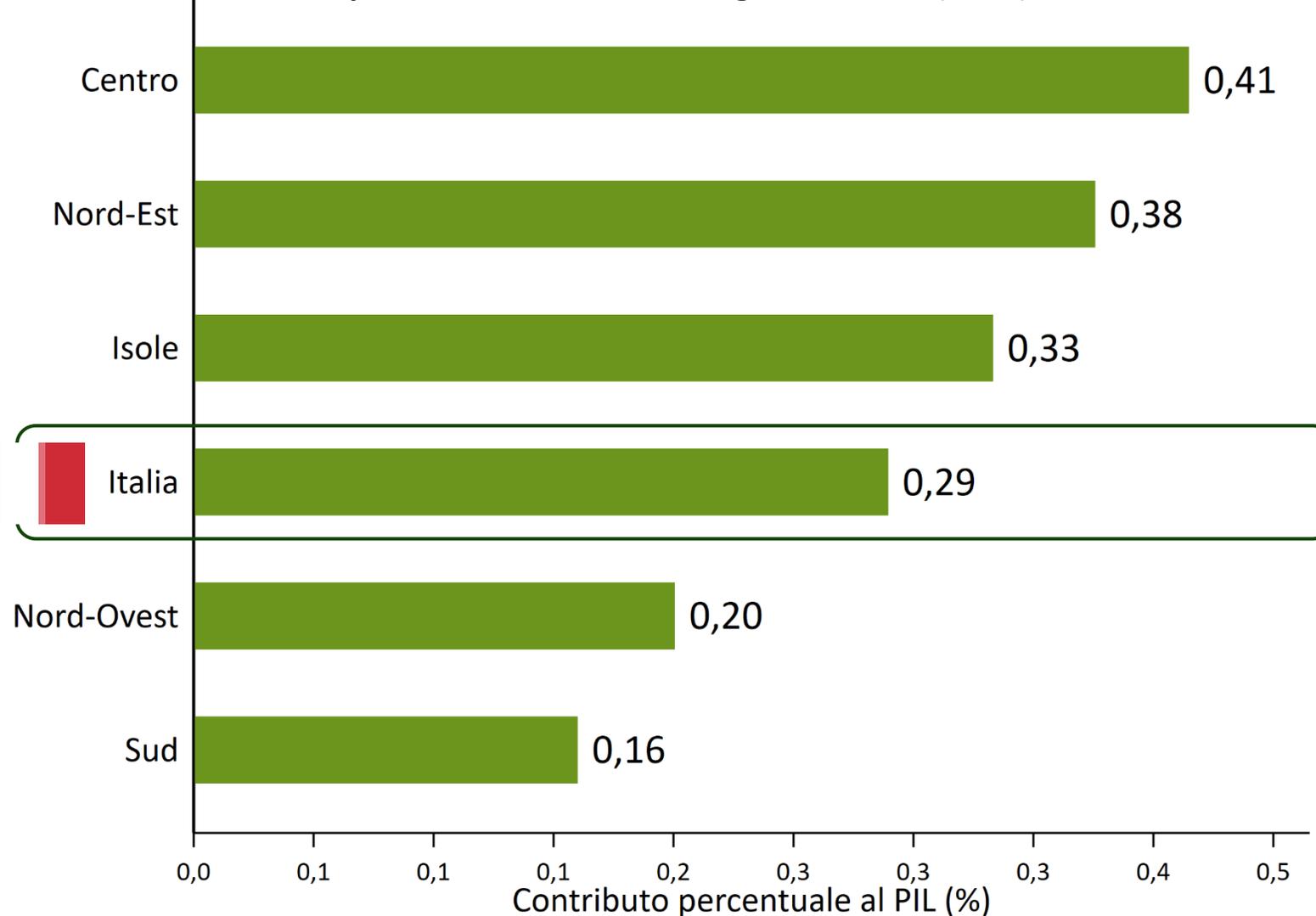
In termini assoluti, il maggiore contributo al PIL risulta essere prodotto:

- al Centro e al Nord-Est con oltre 1,5 miliardi di euro,
- seguiti dal Nord-Ovest con oltre 1,2 miliardi di euro.

L'impatto economico e occupazionale del turismo – Regioni

Anche considerando l'impatto economico generato dal turismo indotto dai Borghi nel 2022 come percentuale del PIL, si stima questo sia maggiore al Centro e al Nord-Est

Contributo percentuale al PIL nelle regioni italiane (2022)



Le aree in cui il contributo economico come percentuale del PIL risulta essere maggiore sono:

- Centro e Nord-Est, con circa lo 0,4% del PIL,
- seguite dalle Isole, con oltre lo 0,3% del PIL.

01 Introduzione

02 I Borghi più belli d'Italia

03 L'impatto economico e occupazionale del turismo nei Borghi

04 La digitalizzazione nei Borghi

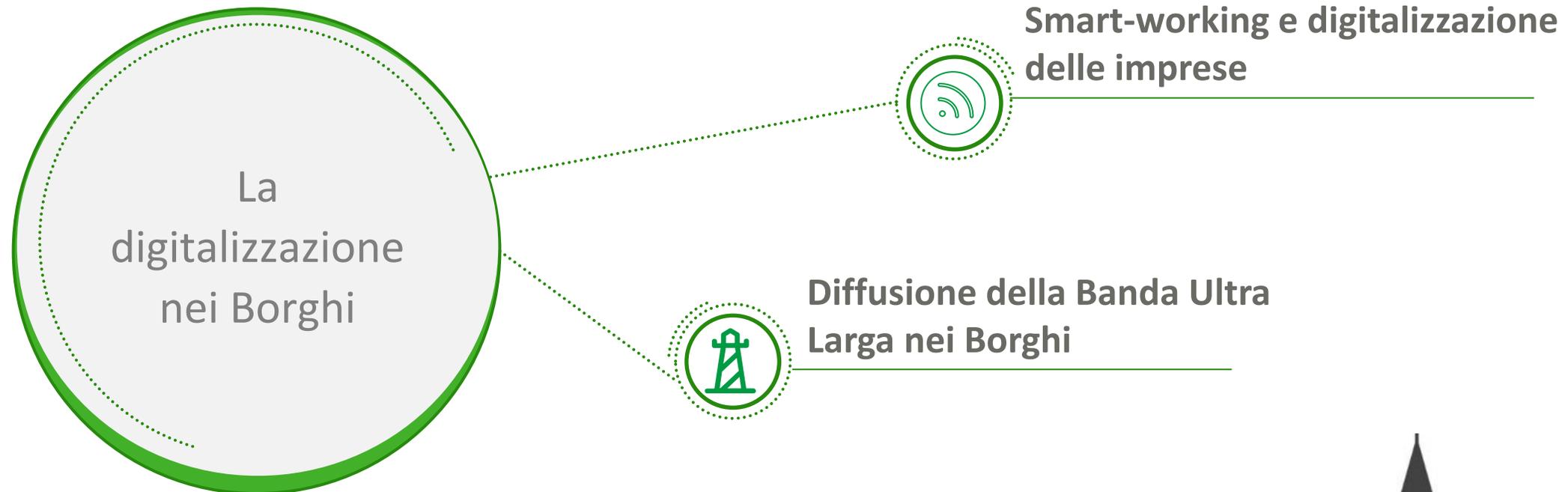
05 Conclusioni

06 Autori



La digitalizzazione nei Borghi

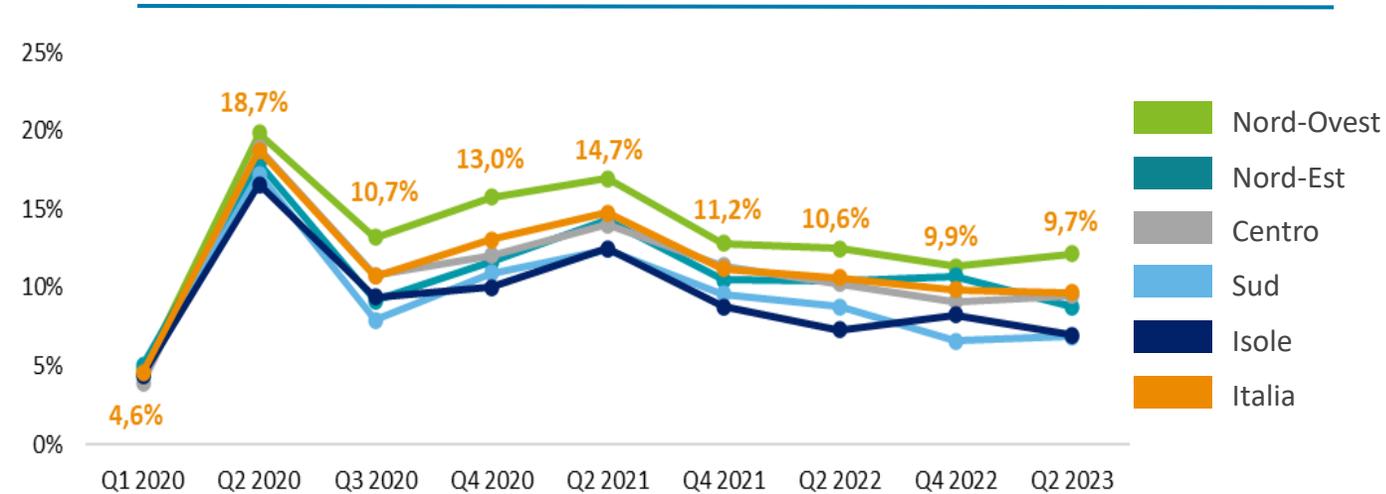
Attraverso analisi quantitative, è stata analizzata l'importanza della digitalizzazione nei Borghi, e alcune delle potenziali conseguenze che tale fenomeno può avere sulla valorizzazione e sostenibilità degli stessi



La digitalizzazione nei Borghi – Lo smart working

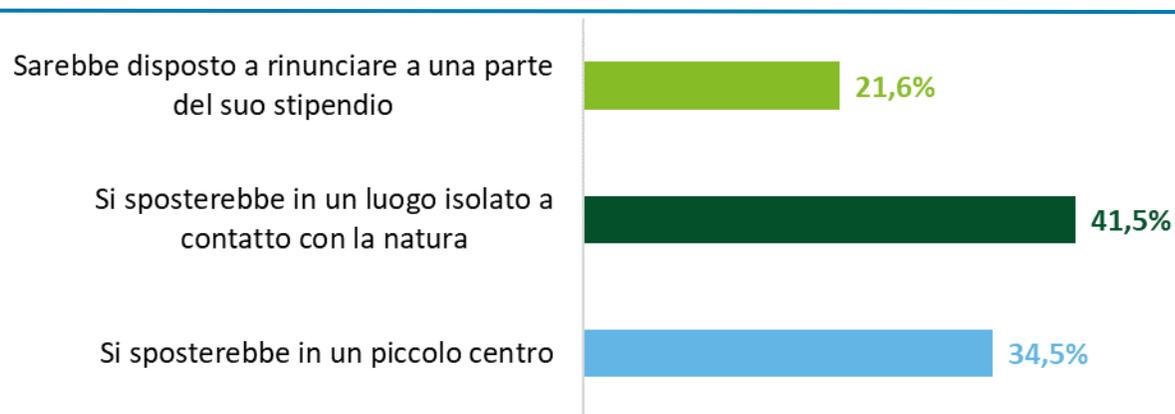
Dopo il forte aumento dovuto alla pandemia Covid-19, la percentuale di lavoratori dipendenti in modalità smart-working è rimasta a livelli molto più elevati rispetto al periodo pre-Covid. I lavoratori in smart-working apprezzano maggiormente la possibilità di una miglior gestione della vita extra-lavorativa e una dimensione sociale più sostenibile

Percentuale di lavoratori dipendenti in modalità smart-working per area territoriale



Fonte: Istat.

Possibili scenari in caso di un lavoro da remoto ordinario



Fonte: Indagine Inapp-PLUS 2021.

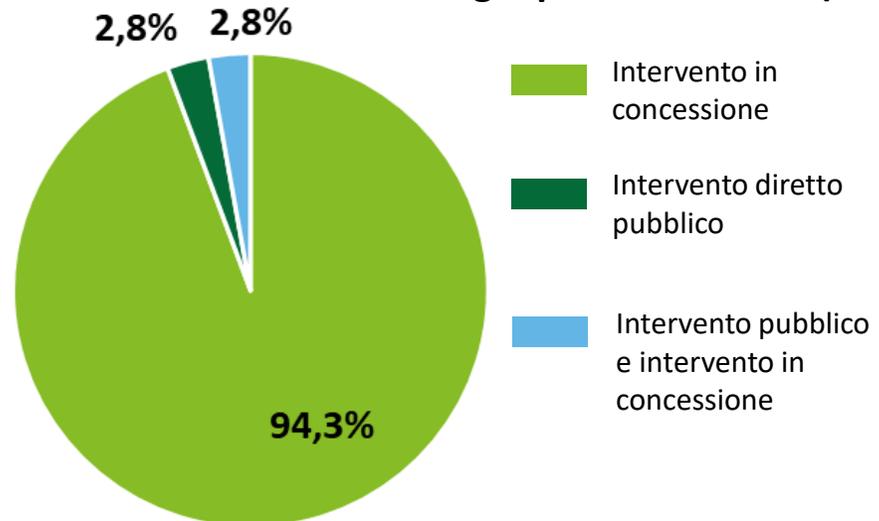
- Il fenomeno dello **smart-working**, seppure in misura minore rispetto alla media europea, sta assumendo **sempre maggior rilievo come modalità di lavoro alternativa in Italia**.
- Questo evidenzia la **crescente importanza della digitalizzazione** per poter usufruire al meglio dei benefici derivanti dal lavoro da remoto.
- Il **41,5%** dei lavoratori sarebbe **disposto a trasferirsi in un luogo più isolato a contatto con la natura** ed il **34,5%** in un **piccolo centro abitato**, dando maggior rilievo ad una **dimensione sociale più sostenibile**.

La digitalizzazione nei Borghi – Diffusione della Banda Ultra larga

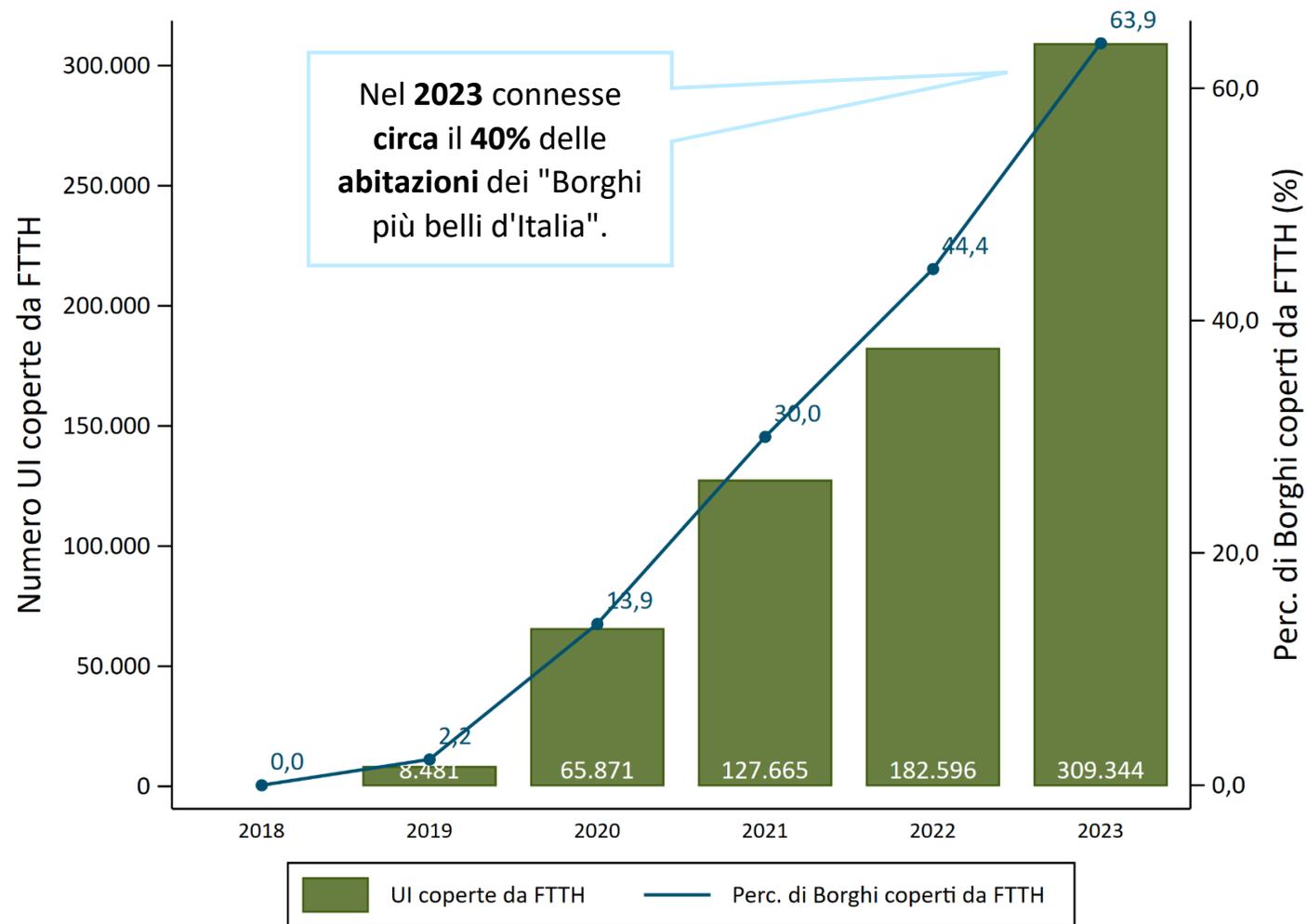
L'evoluzione storica della copertura della Banda Ultra-Larga (BUL) nei Borghi più Belli d'Italia è in forte crescita negli ultimi anni, sia considerando i comuni che le unità immobiliari (UI) coperte

I Borghi più belli sono tuttora interessati dalla **realizzazione dell'infrastruttura della Banda Ultra-Larga (BUL)**, con l'obiettivo di ridurre il gap di mercato e **creare condizioni di sviluppo economico e sociale maggiormente favorevoli**.

Modalità di intervento della costruzione dell'infrastruttura BUL nei Borghi più belli d'Italia (2023)

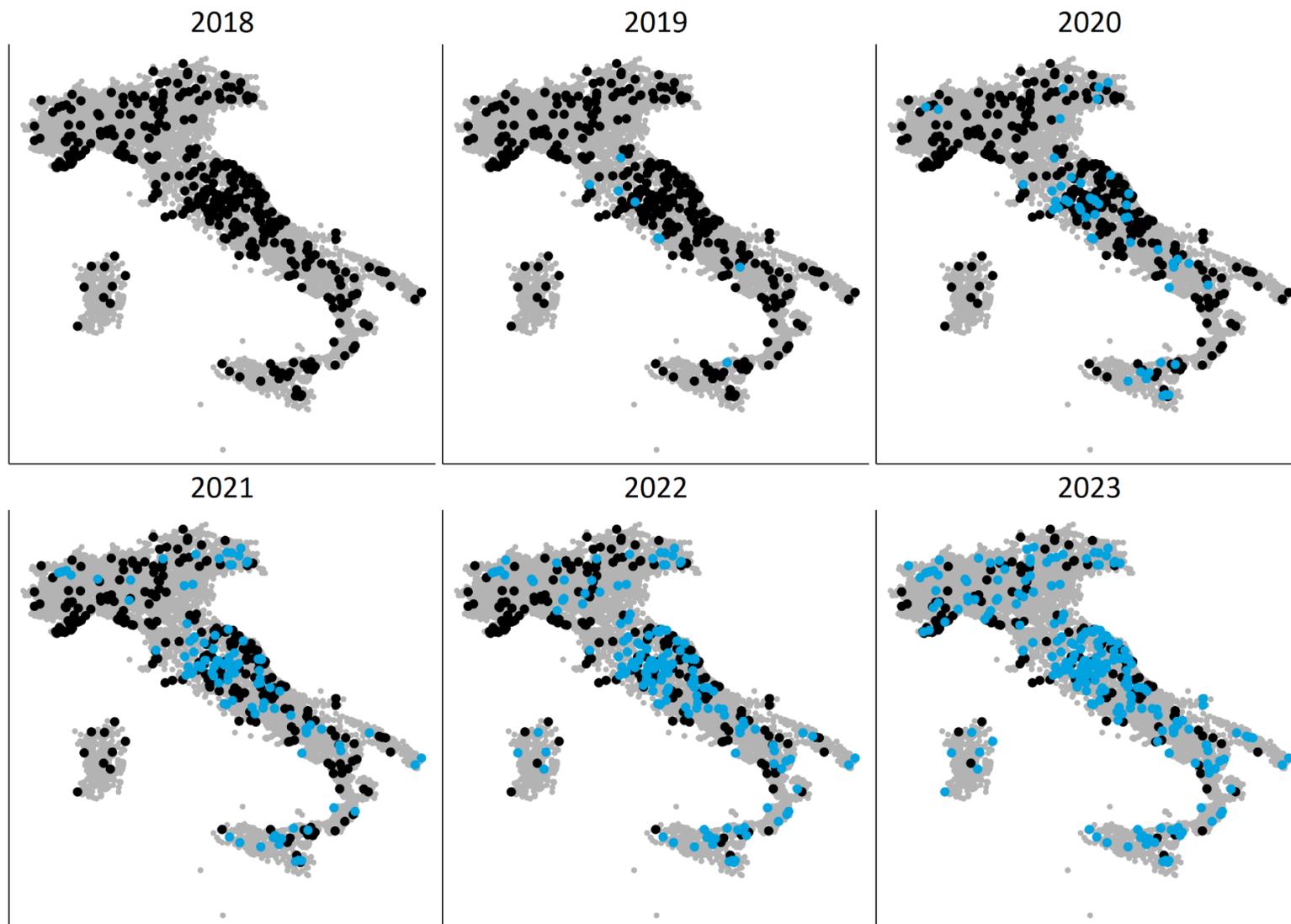


Evoluzione temporale della copertura BUL (FTTH) nei Borghi più Belli d'Italia



Fonte: Deloitte analysis su dati Ministero delle Imprese e del Made in Italy.

Evoluzione temporale della copertura BUL (FTTH) nei Borghi più Belli d'Italia



La copertura della Banda Ultra-Larga (BUL) nei Borghi più Belli d'Italia è in forte crescita in tutto il territorio nazionale.

01 Introduzione

02 I Borghi più belli d'Italia

03 L'impatto economico e occupazionale del turismo nei Borghi

04 La digitalizzazione nei Borghi

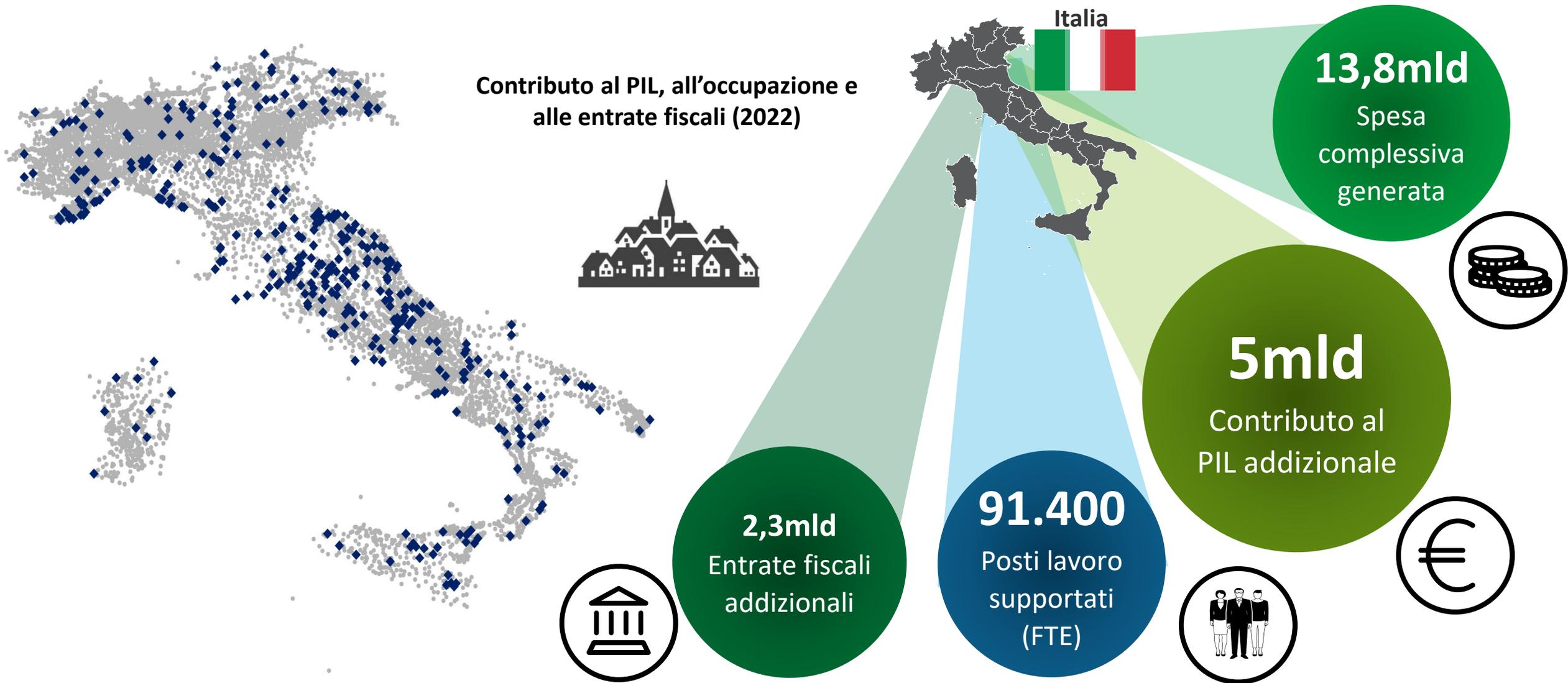
05 Conclusioni

06 Autori



L'impatto economico e occupazionale del turismo – Italia

Si stima che il turismo indotto dai Borghi abbia generato nel 2022 circa 13,8 miliardi di euro di spesa complessiva in Italia e abbia contribuito con circa 5 miliardi di euro al PIL italiano. Si stima inoltre che abbia supportato più di 91.400 occupati e generato più di 2,3 miliardi di euro di entrate fiscali in Italia nel 2022



Fonte: Deloitte modeling analysis su dati Eurostat; ISTAT; Banca d'Italia.

Conclusioni - La digitalizzazione nei Borghi

Si evidenzia per i «Borghi più belli d'Italia» la crescente importanza della digitalizzazione al fine di poter usufruire al meglio dei benefici che ne derivano, come ad es. contrastare il pericoloso fenomeno dello spopolamento. Si rileva una forte crescita negli ultimi anni della copertura della Banda Ultra-Larga nei Borghi più Belli d'Italia



- La **percentuale di lavoratori dipendenti in modalità smart-working è rimasta a livelli molto più elevati rispetto al periodo pre-Covid.**
- I lavoratori in smart-working hanno apprezzato sempre di più la **possibilità di una miglior gestione della vita extra-lavorativa e una dimensione sociale più sostenibile.**
- Secondo una ricerca Inapp, oltre un terzo dei lavoratori rispondenti sarebbe disposto a trasferirsi in un **piccolo centro abitato** in caso di **lavoro da remoto.**
- Per i «Borghi più belli d'Italia», questo evidenzia la **crescente importanza della digitalizzazione per poter usufruire al meglio dei benefici del lavoro da remoto.**
- Tra i molteplici benefici attesi, si rileva la possibilità di **contrastare il pericoloso fenomeno dello spopolamento dei Borghi.**
- A supporto della digitalizzazione, emerge dalle analisi svolte una **forte crescita negli ultimi anni della copertura della Banda Ultra-Larga nei Borghi più Belli d'Italia**, sia considerando il numero di Borghi che le unità immobiliari coperte.

01 Introduzione

02 I Borghi più belli d'Italia

03 L'impatto economico e occupazionale del turismo nei Borghi

04 La digitalizzazione nei Borghi

05 Conclusioni

06 Autori





Marco Vulpiani, Ph.D.
Equity Partner
Head of Economic Advisory Services

Via Vittorio Veneto, 89, Roma
mvulpiani@deloitte.it
+39 06 367491
+39 348 8856689



Claudio Rossetti, Ph.D.
Director
Economic Advisory Services

Via Vittorio Veneto, 89, Roma
crossetti@deloitte.it
+39 06 36749787
+39 345 6056303



Sara Petrongolo
Manager
Economic Advisory Services

Via Vittorio Veneto, 89, Roma
spetrongolo@deloitte.it
+39 0636749289
+39 3455890644



Stefano Amadori
Analyst
Economic Advisory Services

Via Vittorio Veneto, 89, Roma
samadori@deloitte.it
+39 06 36749406
+39 337 1094080

Marco Vulpiani, PhD

Equity Partner, Head of Economic Advisory Services | Roma, Italia



Contatti

- +39 06 36749257
- +39 348 8856689
- mvulpiani@deloitte.it

Profilo Accademico

Ha conseguito una Laurea (vecchio ordinamento) in Ingegneria Aeronautica presso l'Università degli studi di Roma "La Sapienza", una Laurea Magistrale in lingua inglese in Economia Aziendale presso l'Università degli studi di Roma Tor Vergata ed un Dottorato di ricerca (Ph.D.) in Economia Aziendale presso l'Università degli studi di Roma Tor Vergata.

E' docente della materia "Business Valuation" del corso di Laurea Magistrale di Corporate Finance dell'Università Luiss Guido Carli. È inoltre Adjunct Professor di Luiss Business School (con corsi nel MBA, nel Master in Corporate Finance, nell'Executive Master in Finanza e Mercati ed altri master). E' stato docente (dal 2003 al 2013) di materie di Economia Aziendale della facoltà di Economia dell'Università di L'Aquila (Business Economics, Economics & Management of cultural resources, Economia e Bilancio dei Gruppi, etc..).

È autore di numerose pubblicazioni sul tema della valutazione di business con principali editori internazionali (tra cui il libro "Special Cases of Business Valuation", McGraw Hill, 2014) oltre che relatore in numerosi convegni.

È docente dell'Università Luiss Guido Carli di Roma e Adjunct Professor presso la Luiss Business School di Roma.

Profilo Professionale

Marco ha maturato circa 25 anni di esperienza professionale principalmente in strategia aziendale e corporate finance. Prima di entrare a far parte del network Deloitte, ha iniziato la sua attività professionale in Fiat Avio S.p.A., come progettista aerospaziale. Ha poi proseguito il suo percorso nel Gruppo ENI, dove ha lavorato per circa sei anni nel dipartimento di Pianificazione Strategica della società Agip Petroli S.p.A.. Con il ruolo di Strategic Development Project Manager, in ENI è stato responsabile della valutazione di diversi progetti strategici e di M&A. Marco ha inoltre partecipato al processo di IPO del gruppo ENI, come membro del team di lavoro che ha seguito tutte le fasi della relativa privatizzazione.

Nel 1999 è entrato a far parte del network Deloitte, con responsabilità manageriali nell'area Corporate Finance. Con la qualifica di Director e poi Partner, è stato responsabile per numerosi progetti di Advisorship, occupandosi principalmente di valutazioni d'azienda, valutazione per financial reporting (Impairment Test, Purchase Price Allocation, etc.), Fairness Opinion, Perizie ex-lege, Business Planning, pianificazione strategica, Financial Modelling ed M&A.

Come Senior Equity Partner di Deloitte, è Chief Strategy Officer, Italian Economic Advisory Leader, e M&A Coordinator della service line "Valuation, Modelling and Economic Advisory" in Italia.

E' rappresentante del "Global Valuation Executive Committee, responsabile dell'Integrated Market Offering "Infrastructure and Capital Projects" del network Deloitte.

Come membro del consiglio di gestione dell'Organismo Italiano di Valutazione (OIV), ha partecipato al gruppo di lavoro dell'OIV che ha contribuito alla redazione dei Principi Italiani di Valutazione ("PIV") e al documento "Impairment Test dell'avviamento in contesti di crisi finanziaria e reale – Linee Guida".

E' inoltre iscritto all'Ordine degli Ingegneri di Roma, iscritto all'Ordine dei Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili di Roma, iscritto nel Registro dei Revisori Legali di Roma.



Publicazioni

Libri

- M. Vulpiani, "Special Cases of Business Valuation», McGraw Hill, 2014.
- M. Vulpiani, E. Croci, M. Caiffa, E. Lanzillo, "L'evoluzione del concetto di benessere individuale e aziendale", McGraw Hill, 2021

Articoli

- "The economic and social value of the Colosseum", M. Vulpiani, C. Rossetti, M. Caiffa, S. Petrongolo, Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development, (revise and resubmit)
- "Accounting and valuation of football players: a statistical model for estimating the value", , M. Vulpiani, C. Rossetti, M. Caiffa, Journal of Quantitative Analysis in Sports, (submitted)
- "The impairment test in contexts of socio-economic and financial turbulence", M. Vulpiani, S. Chirchiglia, C. Rossetti, Financial Reporting, 2/2022, 113-139
- M. Vulpiani, "The value of an Iconic Asset. The economic and social value of the Colosseum", 2022
- M. Vulpiani, E. Croci, M. Caiffa, "Economic and sociological determinants of well-being in Italy: A regional perspective. Journal of Governance & Regulation, 9(2), 112-122, 2020 <http://doi.org/10.22495/jgrv9i2art9>
- M. Vulpiani, "Le regole per creare partenariati", Le Formiche, Edizione N. 154, 2020
- M. Vulpiani, "Overview of business valuation parameters in the energy industry" Edition n.3 - 2017
- M. Vulpiani, " Overview of business valuation parameters in the energy industry " Edition n.2 - 2015
- G. Tardivo, M. Viassone, M. Vulpiani, "Rethinking target's private equity process in turnaround situations", Journal of Investment and Management; Vol. 3, No. 3, pag. 42-50; 2015
- M.Vulpiani, "Cost of Capital in the M&A Context: Methods for its Computation" in Leveraged Buyout Transactions, Cap.7, The economics of leveraged buyouts,Edited by F.Baldi, 2014
- M. Vulpiani, "Overview of business valuation parameters in the energy industry " Edition No.1 -2013
- M. Vulpiani, A. Cattaneo, "L'evoluzione della Public-Private Partnership nelle infrastrutture: il contesto italiano comparato con alcune esperienze internazionali", "Laboratorio Brianza" a cura di Massimo Ghiloni, ed. Il Sole24 Ore, Cap. 7 2011;
- Laboratorio Brianza. Infrastrutture, mobilità e sviluppo: spunti concreti per elaborare un nuovo modello di intervento." A cura di Massimo Ghiloni, Cap. 7 "l'evoluzione della public-Private Partnership nelle infrastrutture: il contest italiano comparato con alcune internazionali, ed. Il Sole24 Ore 2011 (co-autore). M. Vulpiani, "Purchase Price Allocation and Choice of the Valuation Methods", Business Valuation Review, Summer, Vol. 27, N. 2, 2008;
- M. Vulpiani, "Cost of Capital Estimation for Intangibles Valuation in Purchase Price Allocation", Business Valuation Review, Spring, Vol. 27, N. 1, 2008;
- M. Vulpiani, "Cost of Capital and Valuation of Merging and Acquisition Operations", Business Valuation Digest, Vol.12 issue II June (reprint) 2006;
- M. Vulpiani, "Cost of Capital and Valuation of Merging and Acquisition Operations", Business Valuation Review, Winter, Vol. 24, N. 4 2005;
- M. Vulpiani, "Elementi di Considerazione sul Processo di Valutazione delle Operazioni di M&A", Analisi Finanziaria, N. 54, 2004;
- M. Vulpiani, "Analysis of Value Creation in M&A Operations", accepted workpaper in SSRN, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=56081, 2004

Claudio Rossetti, PhD

Director, Economic Advisory Services | Roma, Italia



Contatti

-  +39 06 36749787
-  +39 345 6056303
-  crossetti@deloitte.it

Profilo Accademico

Claudio Rossetti ha conseguito una Laurea in Economia, un Master in Economia e Istituzioni e un dottorato di ricerca (PhD) in Econometria ed Economia Empirica presso l'Università di Roma "Tor Vergata". Claudio ha inoltre completato un programma di dottorato di ricerca internazionale in Economia e Politica Sanitaria presso l'Università di Losanna.

Claudio è stato professore di Econometria presso l'Università di Napoli "Federico II" e professore a contratto di "Econometria per la finanza" nel corso di laurea magistrale in Economia e Finanza dell'Università Luiss Guido Carli. La sua esperienza di insegnamento include: Econometria avanzata, Statistica, Web Analytics and Marketing, Metodi quantitativi per l'analisi dei consumatori, Analisi dei dati e metodi quantitativi, Eterogeneità nei modelli strutturali e Metodi quantitativi per l'economia comportamentale e sperimentale. È autore di numerose pubblicazioni su riviste scientifiche internazionali di alto livello, la maggior parte delle quali relative a Health e Healthcare, ed è stato relatore in numerose conferenze e seminari nazionali e internazionali.

Profilo Professionale

Claudio ha oltre 15 anni di esperienza professionale nella consulenza economica e circa 10 anni di esperienza accademica. Prima di entrare in Deloitte, era Professore di Econometria presso l'Università di Napoli "Federico II". Come consulente, Claudio ha sviluppato una forte esperienza professionale nella modellizzazione economica e nell'analisi dei dati, concentrandosi su metodi statistici ed econometrici per la modellizzazione causale e la valutazione d'impatto sia per le decisioni aziendali che per le politiche governative. È stato responsabile di numerosi progetti di consulenza economica, sia per clienti nazionali che internazionali, privati e pubblici, sviluppando una lunga esperienza in particolare nei settori Life Science, Health Care e Transportation. Le sue competenze specifiche includono modelli dinamici di microsimulazione comportamentale, marketing quantitativo, modelli per l'eterogeneità osservata e non osservata nelle preferenze dei consumatori, analisi d'impatto socio-economico, machine learning e tecniche statistiche per il text mining. Nel 2019 è entrato in Deloitte. In qualità di Director dell'Economic Advisory Services, è responsabile di progetti di consulenza economica, sia per clienti nazionali che internazionali. Claudio ha maturato una significativa esperienza nel settore dei beni di consumo, dei trasporti, farmaceutico e dei beni culturali.



Selezione Pubblicazioni

Articoli scientifici

- "The economic and social value of the Colosseum", with M. Vulpiani, M. Caiffa, S. Petrongolo, *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, (revise and resubmit).
- "The impairment test in contexts of socio-economic and financial turbulence", with M. Vulpiani, S. Chirchiglia, *Financial Reporting*, 2/2022, 113-139.
- "A Nonlinear Dynamic Factor Model of Health and Medical Treatment", with F. Peracchi, *Health Economics*, 31:6 (2022), 1046-1066.
- "Teacher motivation and student learning", with G. Barbieri and P. Sestito, *Journal of Economic Policy*, 33:1 (2017), 59–72.
- In-Work Benefits for Married Couples: An Ex-Ante Evaluation of EITC and WTC Policies in Italy", with G. De Luca and D. Vuri, *IZA Journal of Labor Policy*, 3:23 (2014).
- "The heterogeneous thresholds ordered response model: Identification and inference", with F. Peracchi, *Journal of the Royal Statistical Society: Series A*, 176:3 (2013), 703–722.
- "Heterogeneity in health responses and anchoring vignettes", with F. Peracchi, *Empirical Economics*, 42:2 (2012), 513–538.
- "The determinants of teacher mobility: Evidence using Italian teachers' transfer applications", with G. Barbieri and P. Sestito, *Economics of Education Review*, 30:6 (2011), 1430–1444.
- "Drug compliance, co-payment and health outcomes: Evidence from a panel of Italian patients", with V. Atella, F. Peracchi, and D. Depalo, *Health Economics*, 15:9 (2006), 875–892.

Capitoli di libro ed edited volumes

- "Sample design and weighting strategies in SHARE Wave 5", with G. De Luca and F. Malter, in F. Malter and A. Börsch-Supan (eds.), *SHARE Wave 5: Innovations & Metodology*, Munich: MEA, Max Planck Institute for Social Law and Social Policy, 2015, 75–84.
- "Professional and geographic mobility of Italian teachers", with G. Barbieri and P. Esposito, in G. De Simone et al. (eds.), *Rapporto sulla scuola in Italia 2009*, Editori Laterza, Rome, 2009, 117–125.

Sara Petrongolo

Manager, Economic Advisory Services | Roma, Italia



Contatti

- +39 0636749289
- +39 3455890644
- spetrongolo@deloitte.it

Profilo Accademico

Sara ha conseguito la laurea magistrale in "Economia e Commercio" presso l'Università di Chieti-Pescara "G. d'Annunzio".

Profilo Professionale

Sara è entrata nel 2018 in Deloitte Financial Advisory nell'area Valuation, Business Modeling and Economic Advisory Services.

In Deloitte, con la qualifica di Manager, ha lavorato su progetti per conto di aziende nazionali ed internazionali nell'ambito di: (i) valutazione d'aziende, (ii) stima di modelli econometrici, (iii) analisi di impatto, (iv) analisi di scenario, (v) analisi di mercato, (vi) valutazione di derivati, (vii) valutazione di asset illiquidi.

Sara ha maturato esperienza nel settore energetico, lavorando a progetti per clienti, quali Gruppo Hera e Società Gasdotti Italia, nonché nell'analisi di impatto e di scenario lavorando per primari operatori del settore del tabacco e dei trasporti.

Stefano Amadori

Analyst, Economic Advisory Services | Roma, Italia



Contatti

- +39 06 36749406
- + 39 337 1094080
- samadori@deloitte.it

Profilo Accademico

Stefano ha conseguito la laurea magistrale in "Economics" presso l'Alma Mater Studiorum Università di Bologna.

Profilo Professionale

Stefano è entrato nel 2023 in Deloitte Financial Advisory nell'area Valuation, Business Modeling and Economic Advisory Services.

In Deloitte ha lavorato su progetti per conto di aziende nazionali nell'ambito di: (i) stima di modelli econometrici, (ii) analisi di impatto, (iii) analisi di scenario, (iv) analisi di mercato (vi) valutazione di asset illiquidi.

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms, and their related entities (collectively, the “Deloitte organization”). DTTL (also referred to as “Deloitte Global”) and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more.

This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms or their related entities (collectively, the “Deloitte organization”) is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser.

No representations, warranties or undertakings (express or implied) are given as to the accuracy or completeness of the information in this communication, and none of DTTL, its member firms, related entities, personnel or agents shall be liable or responsible for any loss or damage whatsoever arising directly or indirectly in connection with any person relying on this communication. DTTL and each of its member firms, and their related entities, are legally separate and independent entities.