

Opportunità, eccellenza e innovazione: le imprese italiane e gli USA

Come le aziende italiane restano a galla nelle acque agitate della politica al tempo di Trump

di Iuri Moscardi



15 Feb 2017

“Italy meets the USA”, il 14 febbraio ha riunito a New York 31 speakers – eccellenze delle imprese italiane e statunitensi – su invito di IBII (Italian Business and Investment Initiative), EY e American Chamber of Commerce. Alla fine tutti d'accordo: chi meglio dei manager italiani in tempi di crisi?

Il modo migliore per non naufragare nelle acque agitate che la politica ci prospetta? Affidarsi a un manager italiano, che sta a galla nonostante burocrazia e crisi di governo. Potremmo riassumere così il VI summit *Italy meets the USA*, che martedì 14 febbraio ha riunito 31 speakers – eccellenze delle imprese italiane e statunitensi – su invito di IBII (Italian

Business and Investment Initiative), EY e American Chamber of Commerce. Obiettivo: presentare *case studies* per rafforzare l'interscambio economico tra Italia e USA. Gli organizzatori e l'ambasciatore italiano **Armando Varricchio** hanno infatti sottolineato che, nonostante viviamo un periodo ricco di V.U.C.A. (Volatility, Uncertainty, Complexity and Ambiguity, sigla coniata per l'instabilità post-Guerra Fredda) non bisogna farsi intimorire dal protezionismo di Donald Trump, figlio di un trend più generale, ma sfruttare le opportunità che ogni crisi offre. E opportunità, eccellenza e innovazione sono state le tre parole chiave di tutti gli interventi, suddivisi in macroaree (energia, manifatture, investimenti finanziari, telecomunicazioni, farmaco e cibo) per rappresentare un flusso di scambi che supera, sia in entrata che in uscita, 300 miliardi di euro.



Per esempio, Francesco Venturini ha raccontato che **Enel Green Power** ha aperto un centro di Research and Development in Nevada e comprato un'azienda di software nello Stato di Washington, investimenti fondamentali per gli impianti solari, termovoltaiici o geotermici con cui l'azienda è potuta crescere in tutto il mondo. Oppure, in ambito *manufacturing*, Andrea Pontremoli di Dallara Automobili (leader tra

le auto da corsa) ha spiegato che il continuo scambio con la casa madre di Parma ha talmente colpito gli americani della filiale di Indianapolis che a giugno celebrano il “tortellini day”. Oltre a raccontare la telefonata con cui Mike Pence, ex governatore dell’Indiana e ora vice presidente USA, si congratulava per la creazione di posti di lavoro di valore. Ma il flusso non è a senso unico: Laura Raimondo di UPMC (University of Pittsburgh Medical Center) ha parlato dell’ISMETT, l’Istituto Mediterraneo per i Trapianti e Terapie ad Alta Specializzazione che l’università americana ha aperto a Palermo nel 1997, frutto di una sinergia con la Regione Siciliana e ora riconosciuto come ente d’eccellenza dal Ministero della Salute. Mentre Todd Pope di Transenterix ha raccontato del software della sua azienda che, basato sul riconoscimento del movimento oculare del chirurgo, si collega a robot che operano i pazienti.

Il panel più movimentato è stato quello sul cibo, con Massimo Bergami della Bologna Business School, Nicola Farinetti di Eataly, Vittorio Giordano di **Urbani Truffle** e Sandro Sartor di Vino Ruffino. In questo caso, infatti, più che di scambi si è discusso di “contaminazione”, dal momento che all’eccellenza gastronomica italiana – amata dagli americani – serve un compromesso tra tradizione e cambiamento per conquistare il mercato globale. Secondo Giordano, per esempio, non si possono proporre tartufi al consumatore americano senza spiegargli come mangiarli: mescolarli a sapori americani può essere un buon modo per educare al giusto approccio.



La tradizione può essere un limite: perché infatti, si è chiesto Farinetti, non è italiano l'inventore di Starbucks? Non siamo tra i maggiori consumatori e produttori di caffè? Un esempio che riassume le differenze tra le due sponde dell'Atlantico: gli italiani sono creativi, unici, eccellenti; gli americani sanno fare sistema, come ha sottolineato Ugo Di Francesco di Chiesi Farmaceutici, e trasformare le idee in prodotti. Tutti i relatori italiani hanno parlato della stabilità del nostro Paese, dove gli investitori possono sentirsi sicuri; un dato che, però, fa a pugni con un certo masochismo nostrano, che secondo Domenico Arcuri di Invitalia (Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa) ci porta a parlare solo dei nostri difetti, spaventando possibili investitori.

Sembra insomma che il protezionismo trumpiano non sia un ostacolo insormontabile: l'Italia, nonostante le periodiche crisi politiche, rimane un Paese affidabile, dove export e PIL nell'ultimo anno sono cresciuti. È inoltre dotata di una cultura, anche del lavoro, solida e ambita, consapevole della necessità di innovare (con il digitale, ma anche nella ricerca farmaceutica, come ha dichiarato Massimo Scaccabarozzi di Farindustria) e aperto agli investitori esteri, come le recenti riforme della legislazione civile e del mercato del lavoro hanno dimostrato. Anzi, i relatori italiani auspicano che anche altri Paesi seguano tale modello di apertura. Il nostro Paese ha un enorme potenziale: ma se, a scuola, questa etichetta distingue gli studenti brillanti ma pigri, l'Italia ha invece tanta voglia di prendere dei bei voti.