

**INVESTIMENTI**

I big italiani incontrano la finanza statunitense

Marco Valsania ▶ pagina 24

Investimenti. A New York il summit «Italy meets the United States»: i big italiani incontrano 300 operatori

L'«azienda Italia» punta sull'espansione negli Usa

Gli Stati Uniti sono il terzo mercato per l'export italiano

Marco Valsania
NEW YORK

Il clima non è dei più facili. Incertezze economiche e incognite politiche abbondano su entrambi i lati dell'Atlantico, negli Stati Uniti alle prese con la nuova amministrazione di Donald Trump che non lesina toni protezionisti e isolazionisti. E in Europa, scossa dai postumi di Brexit e in attesa di appuntamenti elettorali in Paesi chiave per il futuro dell'Unione. Ma anche e soprattutto per questo l'Azienda Italia - con il Paese che al «conto» aggiunge la propria specificità, le perplessità sul passo delle riforme dopo la crisi referendaria - deve scommettere con determinazione sulle sue eccellenze, nonostante spesso siano di nicchia. E, davanti alle incertezze, deve puntare ad attirare

investimenti internazionali come su una propria crescente presenza americana, con acquisizioni e espansioni in terra americana.

È questo il messaggio centrale del VI Summit «Italy Meets the United States», l'Italia incontra gli Stati Uniti, che ieri ha visto la partecipazione di imprese e associazioni di settore al cospetto di una audience di forse 300 operatori al Time Warner Center di Manhattan. Donato Iacovone, ad di EY Italia e Mediterranean Managing Partner di EY, ha aperto il convegno dando spessore a questa scommessa con alcuni dati. Mostrano un aumento degli investimenti italiani negli Usa nell'ultimo anno a 28,5 miliardi di euro, cifra che per la volta ha superato gli investimenti in direzione opposta, pari a 22,5 miliardi. Gli Usa rappresentano il terzo mercato di sbocco per l'export italiano, dopo Germania e Francia, e sono il paese extra-Ue dove le aziende italiane già sono più presenti, con investimenti in 2.419 società.

«Dal lusso alla meccanica

di precisione e al farmaceutico, le opportunità esistono», ha spiegato Iacovone. Menziona, con gli investimenti, la forza dell'export, «che rappresenta un quarto del Pil», e una «crescita nella fiducia degli investitori esteri per l'economia italiana» che richiede di essere sostenuta con continue riforme strutturali, dalla giustizia a pubblica amministrazione e fiscalità.

Gli esempi concreti delle opportunità italiane negli Stati Uniti non mancano durante il summit: nell'auto il Ceo di Dallara, Andrea Pontremoli, ha citato una lettera di ringraziamento per l'impegno e i posti di lavoro creati in Indiana dall'allora governatore e attuale vicepresidente Mike Pence. Lamborghini ha sottolineato come buona parte delle vendite avvenga su questo mercato.

La farmaceutica è un altro settore strategico, fatto confermato dalla presenza di Farmindustria con il presidente Massimo Scaccabarozzi e di una società come Chiesi. E l'alimentare ha un ruolo essenziale, da Eataly e Rana, che devono molto alla presenza

sul mercato statunitense.

L'energia è stato altro tema di dibattito, nonostante la strategia della nuova amministrazione Trump, con le promesse di rilanciare le fonti tradizionali, rimanga oggetto di controversie. Al convegno hanno preso parte, tra gli altri, Francesco Venturini, ad di Enel Green Power, e Luigi Michi, responsabile della strategia di Terna.

«Occorre accreditare la nostra business community - ha dichiarato il co-organizzatore dell'evento Fernando Napolitano di Ibi (Italian business and investment initiative) - promuovendo relazioni e affari». Il focus di questo «accredito» è stato ieri su cinque settori: manifatturiero, telco, pharma, energia e alimentare. Maximo Ibarra, Ceo di Wind Tre, ha definito «banda ultralarga e servizi digitali sempre più evoluti» la chiave del successo su una frontiera promettente come le Tlc in Italia e nel mondo. Tra i partecipanti, oltre alle società già citate, anche Tiscali, Alibaba Italia, JP Morgan Italia, Sace, Invitalia.

© RIPRODUZIONE RIDEVATA