

MISSIONE USA D'INTESA**Pmi alla conquista
della Silicon Valley**

DS 0000131

Carrello a pagina 6

MISSIONE INTESA SANPAOLO-INNOVIT CON 12 IMPRESE CHE USANOLA AINEI PROCESSI INDUSTRIALI

Le pmi italiane in Silicon Valley

*Carnelos, console a San Francisco:
si promuove un'immagine aggiornata
del tessuto imprenditoriale e tecnologico*

DI LUCA CARRELLO
DA SAN FRANCISCO

Intesa Sanpaolo porta le pmi italiane nella Silicon Valley per aiutarle a crescere nel mercato americano. La banca guidata dal ceo Carlo Messina ha organizzato una missione a San Francisco dedicata alle imprese medio-piccole, che contribuiscono a oltre la metà dell'export del Paese. La divisione Banca dei Territori ha deciso di valorizzare proprio la vocazione internazionale del settore e ha selezionato dodici pmi che più si sono distinte nel programma Imprese Vincenti, oramai alla sesta edizione. Intesa si è avvalsa della collaborazione di Innovit (hub del ministero degli Esteri e dell'Agenzia Ice), con cui ha organizzato la missione in California per mettere le pmi in contatto con clienti e investitori americani, oltre che per cogliere opportunità legate alla formazione nel campo della tecnologia.

«La Silicon Valley è un ambiente unico per sviluppare relazioni industriali e strategiche negli Stati Uniti. Oggi siamo qui per confermare e rafforzare il nostro ruolo di accompagnamento del sistema delle pmi italiane», dichiara Stefano Barrese, responsabile della divisione Banca dei Territori. «Il nostro è un sostegno continuo, dal 2020 abbiamo erogato alle pmi italiane 11 miliardi di finanziamenti per l'internazionalizzazione e l'export, oltre 8 miliardi di finanza struttu-

rata, e accompagnato 35 operazioni di finanza straordinaria tra m&a e ipo».

Per la California Intesa ha selezionato pmi con un fatturato in media di 40 milioni. La maggior parte, otto, è basata nel Nord Italia, cioè la valdostana Podium Engineering (automotive), le lombarde Rain (irrigazione), Santini (abbigliamento sportivo) e Martinorossi (agroalimentare), la friulana I.co.p (costruzioni) e le venete Malvestio (salute), Aton (servizi It) e Galdi (meccanica). Centro e Sud Italia sono rappresentati invece dalla toscana Move (elettronica), dall'abruzzese Las Mobili (arredamento) e dalle pugliesi Mac&Nil (servizi It e IoT) e Manta Group (meccanica).

Si tratta di società attive in settori diversi ma che hanno alcuni tratti in comune, soprattutto l'aver applicato l'AI ai processi industriali. Un mix perfetto per il Paese del presidente Donald Trump, che ha scosso il commercio mondiale con i dazi perché vuole riportare le imprese a produrre negli Stati Uniti. Ma gli americani spesso non sono in grado di costruire i macchinari necessari per vincere questa sfida, cosa che invece sanno fare le pmi tricolore, pronte a esportare le proprie competenze in America. «La trasferta delle dodici realtà vincenti in Silicon Valley non rappresenta solo un'opportunità per sostenere le loro ambizioni globali», commenta Massimo Carnelos, console generale d'Italia a San Franci-

sco. «È anche un'occasione per promuovere un'immagine aggiornata dell'Italia e del suo tessuto imprenditoriale e tecnologico».

Per le pmi, insomma, i dazi americani potrebbero trasformarsi in un'opportunità perché i loro beni sono di qualità elevata e non sono sostituibili. Gli americani saranno costretti a comprarli nonostante le tariffe, che per l'Europa in ogni caso sono più basse (15%) rispetto a quelle imposte da Trump a competitor commerciali come Cina (30%) e India (50%).

Anche la scelta della California non è casuale. La Silicon Valley può valorizzare la tecnologia italiana grazie alla collaborazione sempre più stretta tra big tech, investitori e università come Stanford e Berkeley. Alle pmi servirà però qualcuno che già conosca il territorio e sia in grado di metterle in contatto con i clienti americani. «Il nostro obiettivo è essere un ponte stabile tra l'ecosistema dell'innovazione italiana e quello della Silicon Valley, tra i più dinamici al mondo», afferma Alberto Acito, direttore di Innovit. A San Francisco «le pmi italiane hanno partecipato a incontri e visite mirate, a conferma del ruolo strategico del nostro hub per chi vuole crescere sui mercati internazionali e misurarsi con l'innovazione globale mettendo a sistema relazioni, competenze e strumenti capaci di amplificare la competitività del Made in Italy». (riproduzione riservata)

