

Primo piano**L'AMERICA
LA TOSCANA:
INVESTIMENTI
A DUE FACCE**di **Marzio Fatucchi** **II-III****TU VUO' FA'
L'AMERICANO**

Negli ultimi 3 anni la presenza delle multinazionali Usa sul territorio toscano è quasi raddoppiata, soprattutto sul fronte della meccanica e dell'hi-tech. Washington vorrebbe riequilibrare la bilancia, ma per le nostre imprese lo sbarco oltreoceano è difficilissimo: primo problema, le dimensioni

di **Marzio Fatucchi**

In tre anni, la presenza di aziende detenute o in partnership con società Usa che hanno deciso di investire in Toscana è quasi raddoppiata. Un trend in ascesa: ogni anno, aumentano le multinazionali targate Usa, anche se una volta sbarcate le imprese diventano «Made in Italy», anzi «made in Tuscany». Lo scorso anno — secondo i dati elaborati dal *Corriere Fiorentino* sulla base degli archivi dell'American Chamber of Commerce e della Regione — sono stati almeno quattordici gli investimenti a stelle e strisce in Toscana. Ma il percorso inverso, invece, cioè le nostre aziende che acquisiscono o sbarcano negli Usa, i problemi stanno aumentando rispetto a quelli tradizionali, cioè la piccola dimensione media delle nostre realtà. Nonostante il governo Usa voglia equilibrare la bilancia commerciale.

Nel catalogo delle 115 multinazionali d'Oltreoceano sbarcate nella nostra regione, c'è veramente di tutto. Si va dai prodotti di consumo al cibo, all'enologia, in alcuni casi — com'è quello di Castello Banfi — in partnership ormai da decenni. E, a sorpresa, non sono quelle impiegate nella moda a farla da padrone (con dieci presenze) e neanche il food & beverage. A convincere

gli americani a venire qua da noi sono state le eccellenze e le capacità nel settore delle meccanica, delle forniture industriali e dell'hi-tech: complessivamente, sono 20 le aziende di questo tipo ora con proprietà statunitense. La presenza più importante resta quella del Nuovo Pignone, ora sotto il controllo di Huger & Bakes a Ge Company, con un fatturato da 22,9 milioni di dollari e 4.100 dei 5.500 dipendenti totali a Firenze. «La Toscana rappresenta un territorio in cui si combinano un clima favorevole agli investimenti esteri, anche grazie al supporto delle Istituzioni, e un network di Università, Centri di Ricerca e PMI di assoluta eccellenza — spiega Michele Stangarone, Presidente di Nuovo Pignone —. In Toscana, BHGE-Nuovo Pignone conta 3 sedi (Firenze, Massa, Avenza) con circa 4.500 addetti. Anche grazie alla collaborazione con il governo regionale, la Toscana rappresenta per BHGE un centro chiave a livello mondiale». Una storia positiva di dismissione di una partecipata Iri, finita come esempio di come non perdere le competenze ed espandersi a livello mondiale. Ma recentemente anche big del web e dell'hi-tech hanno investito in Toscana: la Apple sulla Dialog semiconductor, Intel su Yogitech.

Paolo Sorrentino, responsabile settore metalmeccanica di Confindustria Firenze e manager della Gilbarco Veeder Root, anche questa Usa, spiega così questa «attenzione particolare» degli americani per la Toscana: «Quando una corporation Usa identifica società che sono potenziali target di acquisizione, sceglie quella che si distingue nel settore. Gli americani non comperano per fare volume, ma puntano a tecnologie specifiche, un'idea innovativa». In Toscana ne hanno trovate molte: «Magari in un settore o in una nicchia specifica, che si differenzia a livello internazionale». Quando arrivano le multinazionali si entra «in una vetrina globale: così il prodotto di eccellenza fa generare volumi importanti». È quello che è successo quando la Logitron, nata da imprenditori fiorentini, cresciuta molto rapidamente, si trovò a dover bussare alle porte delle grandi compagnie petrolifere. «Se lo fa una piccola società fiorentina da sola è una causa persa, se sei partner di una corporation americana, tutte le porte si aprono. È il fattore trust, fiducia».

«Il primo motivo per cui le multinazionali Usa scelgono la Toscana — spiega Lorenzo Parrini, partner Deloitte e rappresentate toscano dell'Ameri-

can Chamber of Commerce in Italy — è che gli americani investono nelle tecnologie. Quello che noi sappiamo della nostra regione, e non sempre è facilissimo da trasmettere, è che esistono competenze industriali altissime». Occorre però superare gli stereotipi: «Vi ricordate quando l'allora sindaco di Firenze si presentò ad Obama? Il presidente Usa rispose: la città con i migliori ristoranti nel mondo».

Per ovviare a questi cliché, ma soprattutto per rendere più attrattivo il nostro territorio, la Regione Toscana ha messo in piedi «Invest in Tuscany»: un ufficio ad hoc per facilitare l'arrivo (e la permanenza di chi c'è già) di società e finanziatori stranieri. Un tipo di organizzazione che potrebbe essere riproposta in altre Regioni, che la Toscana è riuscita a far riconoscere a livello nazionale (con un'intesa con Confindustria) ed internazionale (anche dal *Financial Times*) e che è riuscita a portare un rappresentante della Regione — Paolo Tedeschi, nominato dal governatore Enrico Rossi — al tavolo delle multinazionali.

«I fattori di successo — spiega Rossi — sono spesso rappresentati dalle competenze scientifiche e tecnologiche di livello internazionale espresse da un sistema della ricerca ben posizionato nei ranking internazionali, dalla qualità di ecosistemi produttivi interconnessi (si pensi, ad esempio, alla contiguità in Toscana tra capacità di ricerca nelle scienze della vita, assistenza sanitaria di qualità, imprese produttrici di farmaci, vaccini, dispositivi medici, ai legami tra distretto conciario, scuole di design, produttori di accessori e filiera della pelletteria, o ancora ai rapporti tra facoltà tecnico-scientifiche e settori ad alta tecnologia come il digitale, la meccanica avanzata, il ferro-tramviario), nonché dalla qualità della manodopera locale e dal suo livello di coesione sociale». A questo ecosistema, la Regione fornisce «funzioni di *one-stop-shop* nei rapporti tra pubblica amministrazione ed investitore, con un'attività continuativa di servizi per le aziende già localizzate in regione (*aftercare*) e di ricerca diretta di nuovi investitori» in collaborazione con i Comuni, professionisti e consulenti.

C'è però ancora molto da fare, perché la competizione è globale: «Purtroppo, la maggioranza delle nostre imprese è molto piccola. Occorre fare ma-

atching tra le nostre realtà e le esigenze delle multinazionali americane». Ma come è noto, e come annunciò il Console Usa di Firenze, Benjamin Wolhauer, l'obiettivo del governo Usa è equilibrare la bilancia commerciale e portare investimenti negli Usa: «E su questo fronte — spiega Parrini — invece problemi ci sono. Non tanto di dazi, per il momento non ci sono effetti importanti nei confronti dell'Italia. Quanto, di nuovo, per le dimensioni delle nostre società. Se parti con grossi numeri, attraverso strumenti come Select Usa (il programma statale di promozione degli investimenti negli Usa, ndr) ti fanno tappeti rossi. Se sei piccolo, no». Ma anche per il personale. Spiega ancora Parrini: «Quando sbarchi negli Usa, assumi addetti locali, ma porti tuo management per formare i nuovi assunti e far partire l'azienda. Purtroppo, molte aziende toscane ci segnalano crescenti difficoltà».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



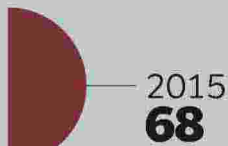
La qualità della manodopera e il livello della ricerca sono i fattori attrattivi della Toscana, insieme all'alta coesione sociale



Al tavolo
Lorenzo Parrini,
rappresentante
toscano
dell'American
Chamber of
Commerce in Italy

I numeri

Imprese Usa in Toscana



Numero imprese attuali



Investimenti 2018



Fonte: dati Regione Toscana, American Chamber of Commerce, Irpet. Elaborazione Corriere Fiorentino.

14

ULTIME OPERAZIONI

Acquisita	Acquirente
List Group S.p.A.	TA Associates Management, L.P.
Galileo Tp Process Equipment S.r.l. Italy	The Burke Porter Group
STLA s.r.l.	Lippert Components, Inc.
Telerecord Srl	NEP Group, Inc
ECM S.p.A	Progress Rail Services Corporation
Yogitech	Intel
Dialog semiconductor	Apple

I PRINCIPALI SETTORI



IMPIEGATI

11.837



22% del totale delle multinazionali

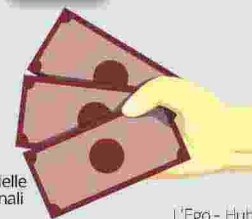
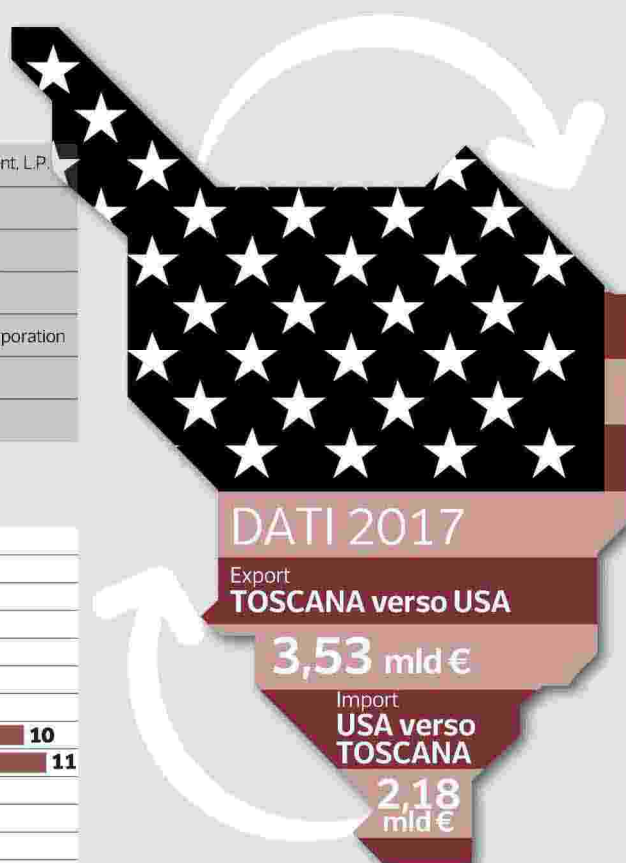


FATTURATO

9,4 miliardi di euro



38% del totale delle multinazionali



L'Ego - Hub

