



I NUOVI EQUILIBRI

Pronti a partire

Non solo grandi gruppi, anche i piccoli cercano sedi negli Usa
 “Se è troppo difficile costruire impianti, facciamo acquisizioni”

IL DOSSIER

CLAUDIA LUISE

Se l'obiettivo di Donald Trump è spingere le imprese che esportano negli Usa ad aprire sedi produttive oltreoceano, alcune hanno già colto il messaggio e stanno valutando. Certo, i tempi non possono essere rapidi. Ma sia tra le grandi aziende italiane, sia tra quelle con dimensioni più piccole e particolarmente esposte, si sta iniziando a valutare le due strade percorribili per limitare gli effetti negativi: aprire stabilimenti o concentrarsi su acquisizioni e aggregazioni con società americane. Lo ha detto chiaro la stessa Confindustria: «Il rischio è la fuga di aziende e capitali negli Usa». Eppure l'elenco di chi ha annunciato che si sta muovendo in questa direzione si allunga. Aveva iniziato Marco Tronchetti Provera, vicepresidente esecutivo di Pirelli, che prima di dare il via alla battaglia con i soci cinesi aveva ammesso di «valutare investimenti negli States».

Sempre nell'automotive c'è il gruppo Slla, uno dei più importanti player nella progettazione e produzione di sistemi di cambio marcia, cavi flessibili e Hmi per le principali case automobilistiche tra cui Stellantis. «Stiamo facendo scouting», spiega il presidente, Edoardo Pavesio - per cercare un'azienda da acquisire. Costruire da zero un impianto, invece, non ha senso per noi. Possiamo pensare a uno spin-off ed effettivamente è un discorso che stiamo seguendo. Abbiamo attivato le nostre antenne in Nord America». La stagione delle M&A è partita. Pavesio è il delegato di Confindustria Piemonte per la Vehicle Valley, l'associazione creata dal Piemonte per promuovere le imprese automotive del territorio che ha in programma a breve una missione in Michigan. «Così analizziamo non solo le opportunità di fornitura ma anche le ipotesi di acquisizioni. E contiamo che ci siano aziende americane che esportano verso l'Italia e che possano a loro volta voler investire nella nostra regione» aggiunge. Pure i componentisti più piccoli si stanno attrezzando. Francesca Paoli, dell'impresa emiliana Dino Paoli, dopo aver ribadito più volte che i dazi sono il modo sbagliato per riequilibrare la bilancia commerciale, sta



CRISTINA SCOCCHIA
 AMMINISTRATORE DELEGATO
 ILLYCAFFÈ

Per realizzare una linea di produzione occorrono due anni
 Ma stiamo valutando

correndo ai ripari: «Esportiamo per l'80% all'estero. L'America vale il 25% del nostro fatturato. Stiamo rendendo operativa una sede a Charlotte in North Carolina perché non possiamo pensare di rinunciare a una parte così importante di business».

Prismian, invece, ha già approvato un investimento di circa 245 milioni per potenziare la produzione di cavi di media tensione. Anche se per gran parte del comparto agroalimentare è impossibile pensare di produrre altrove, due big del caffè hanno aperto a questa possibilità. «Stiamo valutando per capire se una parte di quanto vendiamo sul mercato Usa può essere prodotto lì. L'export verso gli Usa ad oggi per noi pesa il 20%», spiega l'ad di illycaffè, Cristina Scocchia. «Per realizzare una linea di produzione occorrono due anni», dunque «una reazione vera ai dazi dovrebbe passare per individuare qualche facility», evidenzia. Lavazza, invece, è già presente

Le merci
 I prodotti
 esportati
 dall'Italia
 negli Stati
 Uniti
 nel 2024
 valevano
 66,4 miliardi

con due stabilimenti e un fatturato di 400 milioni di euro. I dazi «sono un fenomeno estremamente pericoloso», ammette l'ad Antonio Baravalle, ma «il nostro obiettivo rimane quello di crescere negli States perché hanno una dimensione di mercato immenso». Ad oggi già il 50% della produzione americana è fatta in loco, manca un 50% su cui il progetto è già approvato, per arrivare al 100% accelerando gli investimenti a Filadelfia. Anche Granarolo intende ampliare lo stabilimento nel Connecticut e raddoppiare la produzione.

Che spingere le aziende a spostarsi negli Usa sia una delle priorità di Trump lo confer-



270

I miliardi di dollari
 di investimenti
 attratti grazie
 al piano SelectUSA

20

I miliardi che Hyundai
 investirà negli States
 anche per costruire
 una nuova acciaieria

ma anche una fonte vicina all'amministrazione, parlando con il Financial Times. Il tycoon si sarebbe convinto che per convincere le imprese a spostare le loro attività, i dazi devono essere permanenti. «Le aziende hanno bisogno della certezza che questo sia il nuovo ambiente politico», ha affermato la fonte. Ma lo dimostrano con ancora più chiarezza le agevolazioni e gli sgravi previsti. Anche se il piano SelectUSA per incentivare gli investimenti di aziende straniere risale al 2007, Trump ha dato un'accelerata incentivando gli incontri dei suoi emissari in giro per le associazioni imprenditoriali in Italia. Ron De-

I compratori americani: Trump sta uccidendo l'economia. E Lollobrigida chiede lo stop del Green Deal

Al Vinitaly i timori per le tariffe “Ma il panico è il nemico peggiore”

IL CASO

NICCOLÒ ZANCAN
 INVIATO A VERONA

Quella parola è ovunque. Rimbalza da un bicchiere all'altro. Rovina i sorrisi. «E va bene, certo, un minuto e parliamo dei dazi», si arrende anche il ministro dell'Agricoltura Francesco Lollobrigida. Sta istruendo una scolaresca convocata per l'occasione. Agli studenti dice frasi così: «Che cosa abbiamo preso come esempio di export? L'azienda Mastroberardino. Aveva all'interno della sua cantina un museo dove aveva raccolto, nel tempo, i documenti che adesso raccontano quel modello per le vendite all'estero». Appunto, ministro, sempre di export si finisce a parlare. E quindi cosa intendete fare, concretamente, contro i dazi al 20 per cento im-

posti da Trump sui prodotti italiani? «Una bottiglia che parte dall'Italia a 10 euro, arriverà negli Stati Uniti a 12 euro. Ma poi quella stessa bottiglia andrà sul mercato a un prezzo cinque volte più alto. Quindi la compensazione non è difficilissima, secondo me. Infatti le nostre aziende non sono particolarmente spaventate dai dazi, ma dal crollo dei consumi dovuto al tracollo delle borse e alla mancanza di fiducia dei consumatori. Il che può portare un danno clamoroso che va evitato». Sì, ma come? «Dobbiamo lavorare sulla produzione. Sospendere il green deal in Europa significa garantire ai nostri produttori maggiori capacità di produzione per recuperare il gap. E poi, protezione: protezione da chi cerca di imitare i nostri prodotti. Metteremo il tricolore sulle bottiglie italiane e le renderemo ancora più identificabili. Il terzo elemen-



“
 Franco Adams
 Rischiamo il 10%
 di perdite. Se non hai
 le spalle larghe
 il rischio è che
 il dazio diventi letale

to è la promozione, cioè aprire nuovi mercati e investire di più».

È un giorno così. A ipotizzare soluzioni. Perché questo è il Vinitaly dei Dazi, cioè quello di un mondo diventato improvvisamente più chiuso e ostile. Qui la questione è molto sentita, altrove. La preoccupazione è tanta, si respira nell'aria. Il 40% della produzione di vino italiano è destinata all'estero: 2,9 milioni di ettolitri finiscono negli Stati Uniti.

Prendi il caso della cantina di Franco Adams, specialista in prosecco e Valdobbiadene, nel suo stand all'interno della Regione Veneto non parla d'altro. «Tutti mi chiedono cosa succederà, ma stiamo ancora cercando di capire. In questo momento negli Stati Uniti ci sono scorte di vini italiani per due mesi. E

poi?». Adams produce 800 mila bottiglie all'anno, il 25% di queste finisce nel Paese di Donald Trump. «Per noi è un mercato molto importante. Abbiamo iniziato con le esportazioni nel 1984. Sono preoccupato, ma non nel panico. E credo che il panico possa essere il nemico peggiore». Produce in Veneto, vende a distributori che imbarcano il prodotto al porto di Livorno. Casse che finiscono in 49 stati su 51 degli States, specialmente in California e Texas. «I nostri vini che costavano da 17 a 24 dollari a bottiglia passeranno a 19 e 26. Dobbiamo capire come modellare questo costo, dove poterlo assorbire. Ma quello che rischiamo quest'anno è il 10% di perdite. Ora, se non hai le spalle larghe e un margine operativo, il rischio è che il dazio diventi letale».

Tutte queste cose Luca Zaia, il presidente della regione che ospita Vinitaly, le sa perfettamente. Il suo mantra è: «Il Veneto è il più grande vigneto d'Italia. Siamo i primi esportatori. Per noi il mercato degli Stati Uniti è fondamentale. Ben vengano le contromisure dell'Europa, ma non possiamo dichiarare guerra. Non possiamo fare muro contro muro. Io penso che si debba andare a dialogare con gli Sta-