

Il Made in Italy nella Silicon Valley Dodici imprese negli Stati Uniti

L'iniziativa a San Francisco. Barrese (Intesa Sanpaolo): «Serve manifattura»

dal nostro inviato
Andrea Rinaldi

SAN FRANCISCO Dopo le startup, è la volta delle pmi. Intesa Sanpaolo diventa il «Golden Gate bridge» delle nostre piccole e medie imprese in Silicon Valley e accompagna dodici aziende campionesse del Made in Italy a San Francisco per aiutarle a sviluppare relazioni industriali e strategiche negli Stati Uniti partendo da un'area che — ospitando le famose big tech e un quarto di capitale di rischio del pianeta — è diventata il punto di riferimento della tecnologia mondiale. «Ritenevamo troppo bassa la presenza delle imprese italiane negli Usa, la geografia più interessante per intraprendere un percorso di internazionalizzazione perché qui si investe in ricerca e sviluppo, perché si respira un trend di innovazione mentre altrove è più complicato — dice Stefano Barrese, responsabile Divisione Banca dei Territori di Intesa Sanpaolo, motivando la missione —. Qui le dimensioni di investimento sono mostruose, quello che accade in questo Paese è un moltiplicatore rispetto a quello che succede da noi, c'è bisogno di manifattura e i dazi quindi non possono essere un elemento che ci frena».

A volare nella West Coast questa settimana sono state

Aton (Treviso), Galdi (Treviso), I.co.p (Udine), Las Mobili (Teramo), Mac&Nil (Bari), Malvestio (Padova), Manta Group (Foggia), Martinorossi (Cremona), Move (Lucca), Podium Engineering (Aosta), Rain (Milano), Santini (Bergamo): dodici realtà con ricavi per una media di 40 milioni che spaziano dal food al software, e individuate insieme a Innovit tra oltre 650 che hanno partecipato alle cinque edizioni di «Imprese vincenti», il programma di Intesa Sanpaolo per dar voce alle migliori pmi tricolori.

L'obiettivo di questo scambio a San Francisco è sintetizzato da Barrese nella triade innovazione, internazionalizzazione e crescita dimensionale: in quattro giorni le imprese ospiti hanno partecipato a trenta sessioni formative con università locali come Stanford, incontri con investitori, confronti con grandi aziende statunitensi all'avanguardia. Il focus è stato sull'innovazione dei processi produttivi, sulla presenza estera e sullo sbocco verso gli Usa, sul valore aggiunto che il legame tra il nostro tessuto imprenditoriale e quello americano può generare. Non poteva mancare l'approfondimento dedicato all'intelligenza artificiale, analizzando in chiave prospettica il fenomeno. La missione si è articolata in 30 sessioni in cinque giorni

che hanno coinvolto 35 speaker e creato 69 occasioni di incontro «business to business». «Abbiamo voluto trasmettere la visione culturale di questo luogo alle imprese italiane», dice infatti Alberto Acito, direttore di Innovit, l'hub promosso dal Ministero degli Esteri che a oggi ha ospitato e accelerato 350 imprese. Ovvero «la capacità di quest'area di premiare il rischio e ridurre l'impatto del fallimento: questo è l'ecosistema della Silicon Valley e vorremmo che le nostre imprese se lo portassero a casa». Secondo il Console Generale d'Italia a San Francisco, Massimo Carneloni, «la trasferta di queste realtà vincenti in Silicon Valley non rappresenta solo un'opportunità per sostenere le loro ambizioni globali ma anche un'occasione per promuovere un'immagine aggiornata dell'Italia e del suo tessuto imprenditoriale e tecnologico».

Il progetto californiano ha visto il supporto anche di Anna Roscio, executive director Sales & Marketing Imprese della Banca dei Territori e di Nicola Baiocchi di Silvestri, responsabile Usa & Americas, e conferma le sinergie attuate con la divisione Imi Corporate & Investment Banking guidata da Mauro Micillo in fatto di M&A, equity capital market e finanza strutturata per le pmi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Foto di gruppo i partecipanti alla missione Innovit-Intesa Sanpaolo

