

# Piccole imprese crescono. All'estero L'Italia fa shopping per 10 miliardi

*Un 2014 molto attivo. Quest'anno 20 quotate hanno acquisito aziende*

**Achille Perego**  
 ■ MILANO

**I CINESI** comprano la Pirelli e si candidano a fare lo stesso con il Milan. Gli arabi acquistano Alitalia e i nuovi grattacieli di Milano. Gli indiani puntano sul design dell'auto (Lexus) senza contare (leggi BlackRock) l'interesse americano per le nostre banche. Se ci mettiamo anche i marchi della moda, del lusso e del food passati sotto un'insegna straniera, l'impressione è quella di un Paese in vendita. Ma c'è anche il fenomeno opposto: l'impresa italiana che fa shopping oltre confine, dai mercati emergenti al consolidamento su quelli maturi.

**LA REALTÀ** è che spesso sui giornali finiscono solo le grandi operazioni. Come lo sbarco negli Usa della Fiat con Chrysler o di Gtech (la ex Lottomatica) che nell'ambito di un'operazione da 6,4 miliardi di dollari ha comprato la statunitense Game Technology (Igt). Per non dimenticare i colpi messi a segno dal colosso degli occhiali Luxottica. È più difficile invece che abbiano risalto le operazioni delle 'multinazionali tascabili', le piccole e medie imprese italiane, locomotive dell'economia nazionale, che da prede sono diventate predatrici. La fotografia è quella di una media azienda, spesso quotata in Piazza Affari, che per strategia o perché costretta dal rallentamento domestico, resiste e nonostante le mille difficoltà e la mancanza di un sistema-Paese, fa shopping all'estero. Gli esempi? Molti. Tan-



**IMA Alberto Vacchi, presidente e ad**

to che solo in questi primi tre mesi del 2015, secondo le rilevazioni di Dealogic, 19 aziende, in gran parte appartenenti al segmento Star della Borsa, hanno realizzato deal Italia-estero, ovvero acquisizioni fuori confine per un valore di 667 milioni di euro. Che sale addirittura a 10,171 miliardi nel 2014 con ben 124 operazioni.

**UNA GRANDE** partita che ha visto scendere in campo le eccellenze del 'made in Italy' in tutti i settori anche se, spesso, essendo queste acquisizioni condotte dalle Pmi hanno riguardato importi compresi tra i 10 e i 100 milioni di euro. La società di consulenza Boston Consulting Group, per esempio, ha passato in rassegna i gruppi di casa nostra che nel 2014 si sono lanciati in acquisizioni oltre confine per scoprire che le prime dieci operazioni dell'anno scorso hanno avuto un valore di 815 milioni. A partire dai 530 milioni investiti

dalla Snam per rilevare l'84% di Trans Austria Gasleitung e dai 120 utilizzati da Campari per comprare la canadese Forty Creek Distillery. Ma l'elenco delle operazioni all'estero delle 'locomotive' nazionali allinea tante altre operazioni. Ima, l'azienda che produce macchine automatiche per confezionare prodotti, ha acquisito un pool di cinque aziende in Germania. Emak, attiva nei componenti e accessori per giardinaggio, agricoltura e industria, nel novembre scorso ha sottoscritto l'accordo per rilevare il 70% (valore 25 milioni) della brasiliana Lemasa. E sempre in Brasile, dopo essere entrata in Israele, il gruppo delle protesi auditive Amplifon ha comprato il 51% di Direto de Ouvir. Che dire poi dell'azienda farmaceutica Recordati che è salita al 90% nella tunisina Ophalia Pharma o alle tecnologiche Reply ed IBS che hanno guardato agli investimenti nella patria dell'innovazione, gli Stati Uniti.

**NON SI POSSONO** dimenticare poi le operazioni all'estero per crescere nell'energia di Erg e Falck Renewables, nel risparmio gestito di Vivini (dall'Australia al Brasile) piuttosto che la crescita internazionale di Interpump, della Comer, della Ognibene o della Ceramica del Conca di Rimini. Una vivacità, chiosa Giovanni Lamberti, presidente e ad di Tip, che dimostra un'attivismo delle aziende italiane all'estero che, in realtà, c'è sempre stato. Ma da un anno, aggiunge, il clima è cambiato in positivo ed è «stupido chi pensa che l'Italia sia solo un Paese in vendita».

