

AVVOCATI D'AFFARI**Gianni (Gop):
le aziende italiane
crescono solo se
comprano all'estero***(Montanari a pagina 17)***GIANNI (GOP): LE AZIENDE ITALIANE CRESCONO GRAZIE ALLE OPERAZIONI CROSS-BORDER**

Vince solo chi compra all'estero

Giallombardo: c'è l'esigenza di investire per acquisire tecnologie e innovazione. I mercati più interessanti? Europa, Nord America e Cina. Ma cresce anche il Qatar

DI ANDREA MONTANARI

Il merger Atlantia-Abertis, un riassetto da 17 miliardi. L'acquisizione da 6,2 miliardi di Magneti Marelli da parte della giapponese Calsonic Kansei (Kkr). La vendita di Versace alla Michael Kors Holding per 2,2 miliardi di dollari: un deal carissimo, pari 41 volte l'ebitda. Lo shopping miliardario di Ferrero negli Usa. Il mercato dell'm&a in Italia è vivo, nonostante i dati macroeconomici non positivi e le tensioni politiche. E se, come certificato da *Mergermarket*, a fine settembre il mercato tricolore del m&a valeva 42,3 miliardi, con queste ultime operazioni il dato del 2018 è destinato a lievitare. Un'effervescenza che fa la gioia di banche, advisor e avvocati d'affari. E che certifica un trend: il ritrovato dinamismo dell'azienda-Italia. «Le aziende sono uscite da un lungo periodo di crisi con le spalle più larghe. Chi ha superato questa fase ha una capacità competitiva maggiore. E per vincere la sfida si sta orientando sui mercati internazionali. D'altronde il pil italiano cresce per le esportazioni, non per il mercato domestico». Chi parla è l'avvocato Francesco Gianni, socio fondatore dello studio legale **Gianni Origoni Grippo Cappelli & Partners** (450 professionisti, 60 soci e uffici a Roma, Milano, New York, Londra, Bruxelles, Hong Kong, Shanghai e Abu Dhabi. «Le società italiane di medio-grandi dimensioni per anni hanno ge-

stato uno sviluppo estero legato alla sola presenza commerciale», prosegue il fondatore di Gop, che di recente ha seguito i dossier Atlantia-Abertis, Ilva-ArcelorMittal, Alitalia e Kors-Versace. «Adesso la tendenza delle aziende è quella di fare acquisizioni per consolidarsi sul mercato. Si creano sempre più piccole multinazionali battenti bandiera italiana». Si tratta di un processo che «non è collegato a un settore merceologico specifico», sostiene Gianni, «e che è ormai entrato a far parte della cultura d'impresa».

Qual è la leva che spinge le imprese a guardare all'estero? «Il mercato italiano è fermo, quindi si è creata la necessità di ampliare l'orizzonte e provare a conquistare mercati che non si possono penetrare solo con l'export, visto che il prodotto manifatturiero necessita di una produzione e di una logistica locale», aggiunge Gianni. «Anche se va rilevato che in Italia spesso manca il sostegno finanziario all'espansione».

Ma vi sono altri gap che hanno spinto le imprese a varcare i confini nazionali. «Gli italiani spesso comprano innovazione, ossia quella tecnologia che non possiedono», interviene Renato Giallombardo, partner Cross Border M&A e Middle East Coordinator dello studio legale. «L'esigenza è fare investimenti internazionali per acquisire know-how e competenze. Si comprano software e piattaforme per sostenere i grandi progetti infrastrutturali, anche nei settori

della logistica e dell'energy». Questa ritrovata verve è certificata dai dati del Bureau of Economic Analysis del Dipartimento Usa del Commercio: dal 2003 al 2015 gli investimenti diretti dell'Italia negli Usa sono cresciuti a 28,6 miliardi di dollari. «È un dato legato a un'esigenza operativa: il Paese ha prodotti di qualità ma non ha le piattaforme idonee alle commercializzazioni né le tecnologie per svilupparli. È l'ultimo miglio che ci mancava».

E dove vanno a comprare gli imprenditori nazionali? «I mercati più facilmente raggiungibili sono quelli europei: Francia, Germania e Spagna. Poi si guarda a Danimarca e Nord Europa», risponde Gianni. «Ma c'è anche un desiderio forte di spostarsi in Asia, in Cina in particolare. Usa e Canada sono altre mete di sviluppo. E c'è molto interesse anche per la Russia, nonostante le sanzioni. Mentre in posizione più defilata risulta l'America Latina, per via soprattutto delle diffuse tensioni politiche». Lo studio Gop ha deciso di puntare anche sull'Africa, in particolare



su Libia, Marocco ed Egitto. «In questi Paesi, oltre in quelli dell'Africa Centrale, si stanno aprendo opportunità grazie ai progetti infrastrutturali», conclude Giallombardo. Il quale segue con attenzione l'area del Qatar: «È un paese che ha voglia di uscire dal guscio e ha grandi risorse. Sarà un mercato che attirerà capitali italiani». (riproduzione riservata)

