

**FOCUS** Parla l'economista Marco Fortis

## «Meno dimensione familiare Vanno creati grandi gruppi»

**MILANO** «Quando si parla di acquisizioni straniere di imprese italiane occorre distinguere quelle attuate da grandi gruppi esteri che comprendono già realtà manifatturiere da quelle attuate da fondi. Quest'ultime sono meno diffuse, ma possono rappresentare anch'esse un'occasione positiva quando il fondo

faccia una vera e propria operazione industriale e non sia interessato solo a risanare l'azienda per poi rivenderla. In ogni caso, l'acquisizione da parte estera non va stigmatizzata. Piuttosto, occorre riflettere sul fatto che il grande problema attuale di tante aziende di successo dei distretti italiani è un altro: la dimensione». Marco Fortis, direttore e vicepresidente della [Fondazione Edison](#) nonché docente di Economia Industriale e Commercio Estero all'Università Cattolica di Milano (*in foto, al centro*), usa queste parole per fotografare la situazione attuale di un made in Italy che sa fare esplodere la bilancia commerciale, ma del cui valore paiono accorgersi soprattutto gli altri, gli stranieri.



**Strategie.** «La dimensione familiare resta un handicap per queste imprese e lo sta diventando per l'intero made in Italy - continua Fortis -. Il problema va affrontato subito, anche da una politica che dovrebbe predisporre strumenti fiscali che incentivino le aggregazioni e le soluzioni costruttive: non ci si può

limitare agli interventi di salvataggio; occorre una politica industriale a livello microeconomico piuttosto che a livello macro. Oggi, nei distretti, le imprese stanno imparando a dialogare e confrontarsi. Va facilitato questo confronto, in modo che realtà di successo, operative in settori uguali, le quali singolarmente non sono così capitalizzate da poter affrontare certe sfide, possano farlo unendosi e contribuendo a creare grandi gruppi industriali, oggi assenti in Italia, nonostante la forza del suo made in. In questo spazio si gioca anche il passaggio generazionale che, talvolta, per alcune imprese può apparire difficile, ma che, in un'ottica di aggregazione, può essere virtuosamente risolto».

• G.O.

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 9626

