

**MADE IN ITALY**

**«Qualità e ricerca per competere con la Cina»**

**Il made in Italy** rappresenta un elemento di eccellenza e estrema importanza per il tessuto economico del paese, ma occorre che le piccole e medie imprese possano aumentare la loro dimensione in modo da accrescere la capacità di penetrazione sui mercati internazionali. A sostenerlo, nel suo intervento al convegno «Per un nuovo made in Italy» organizzato da **Symbola** a Milano è l'amministratore delegato di Unicredit, **Alessandro Profumo**. Nell'economia italiana, ricorda, vi è «una centralità assoluta delle piccole e medie imprese» che occupano in quattro settori - abbigliamento, automazione meccanica, arredamento, agroalimentare - il 90,7% dei dipendenti e generano il 77,6% delle esportazioni. Nonostante questo, secondo Profumo emerge «un problema dimensionale fondamentale. Le grandi imprese hanno più possibilità di creare reti lunghe» in grado di garantire maggiore penetrazione sui mercati rispetto alle pmi. E, riferendosi alla competizione internazionale con la Cina, secondo Profumo la via giusta per confrontarsi è «sulla qualità».

Il numero uno di **Tod's**, **Diego Della Valle**, sottolinea l'importanza della ricerca per le imprese, anche per sostenere la competizione di paesi come la Cina, i cui imprenditori cominciano ad avere la possibilità economica per venire in Italia e compiere acquisizioni.

Quanto alle produzioni, «chi deve andare all'estero per produrre, dato che alcune non sono più possibili in Italia - dice ancora Della Valle - lo faccia. Meglio produrre all'estero ma con anima italiana che un'azienda chiusa».

A favore delle pmi parla anche il ministro per gli Affari regionali, **Linda Lanzillotta**, per la quale occorre che la politica «crei le condizioni» affinché queste aziende possano «crescere e internazionalizzarsi», ampliando così le opportunità di potenziamento per l'intera economia nazionale.

www.ecostampa.it

