

**IL CASO**

# Con il minidollaro l'Italia fa shopping all'estero



Le imprese italiane approfittano del mini dollaro per conquistare prede all'estero. Mentre gli italiani continuano ad essere divisi sulla globalizzazione, le società nostrane non sembrano affatto intimorite dal mercato globale: negli ultimi quattro anni, infatti, il dinamismo delle aziende tricolori ha fatto crescere il valore delle operazioni all'estero da 4 a 60 miliardi di euro e ha trasformato il 2007 in un anno record per le operazioni di fusione e acquisizione, sfruttando il minidollaro e le potenzialità dell'economia Usa come mercato di sbocco. Il rapporto Censis-Wes

«impresie italiane: globalizzazione? Sì grazie», elaborato per il World Social Summit, che si terrà a settembre organizzato dalla Fondazione Roma, evidenzia che mentre gli italiani restano divisi sul fenomeno della globalizzazione (per il 50% conserva un valore positivo, il 37% ne dà un giudizio negativo e il 13% è incerto), c'è una «minoranza attiva che allarga la propria rete di attività oltre confine e gioca un ruolo da protagonista nel mondo globale»: sono le numerose imprese italiane che negli ultimi anni «hanno saputo rimodellarsi in funzione dei nuovi mercati internazionali, giocando un ruolo di traino per tutto il sistema Paese».