

# Futuro del business: area Med protagonista

La ricerca di nuovi mercati non deve guardare all'Estremo Oriente. Il Mediterraneo è la frontiera del futuro per le aziende europee

**Tommaso Limonta**  
ricercatore Fondazione Istud

L'area geografica del Med-Golfo può essere a buon diritto considerata tra le più promettenti sotto il profilo del business. In particolare, i Paesi del Med-Golfo occupano oggi il quinto posto tra quelli verso i quali si dirige l'export europeo. Un'analisi attenta non può tuttavia prescindere da una distinzione tra le due sotto-aree che la costituiscono: il Golfo Persico e il Mediterraneo. Se l'area del Golfo è ancora in primis un partner energetico dal quale l'Europa importa petrolio e gas naturale, quella del Mediterraneo è ormai da tempo un'area consolidata di interscambio e prossimità e un promettente mercato per l'esportazione dei manufatti europei. Sotto il profilo legislativo, le relazioni coi Paesi mediterranei della sponda Sud sono regolate dai cosiddetti Accordi di Barcellona del 1995, fortemente voluti da Italia, Francia e Spagna, meglio conosciuti col nome di Partenariato Euro-mediterraneo, i cui obiettivi possono essere così riassunti: Obiettivo politico: elaborazione di una politica per garantire sicurezza e stabilità nella regione mediterranea, anche attraverso la scrittura di una Carta per la stabilità e la sicurezza del Mediterraneo.

Obiettivo economico: creazione delle condizioni favorevoli a garantire uno sviluppo economico sostenibile della regione mediterranea, anche mediante la firma di appositi accordi bilaterali fra l'Unione Europea e ciascuno dei partner con l'obiettivo a medio termine di istituire una zona di libero scambio (Eu-Mefta).

Obiettivo culturale: creazione di uno scambio culturale costante fra le società civili dei Paesi membri con lo scopo di promuovere la conoscenza e il rispetto tra le reciproche culture (con particolare riguardo ai diritti civili e politici).

L'area mediterranea costituisce da secoli un partner vitale per i commerci e le relazioni culturali tra Europa e Mondo

Arabo e oggi più che mai sembra offrire opportunità di prim'ordine, soprattutto nei settori degli investimenti infrastrutturali, del turismo e delle energie rinnovabili. Attualmente, i progetti di partenariato più interessanti riguardano proprio il settore energetico, e particolarmente il fotovoltaico, e in generale tutta l'area degli approvvigionamenti energetici (gas e petrolio in primis). Negli ultimi anni il partenariato euro-mediterraneo ha tratto nuovo impulso dall'iniziativa di singoli Paesi, come la Francia, che con l'Unione Euro-Mediterranea ha inteso ribadire la centralità strategica di quest'area e della cosiddetta finanza islamica.

Anche coi Paesi del Golfo Persico esiste da alcuni anni un accordo di libero scambio, che tuttavia stenta

a decollare, mentre cresce nell'area la presenza di player commerciali di prim'ordine come la Cina e l'India. Nonostante l'istituzione di un Consiglio per la cooperazione tra Ue e Paesi del Golfo, prevale ancora nei fatti la prassi di accordi bilaterali tra i singoli Stati che ben poco concede allo spirito europeo e alle opportunità che una gestione congiunta potrebbe dischiudere.

Nonostante un quadro di crescente interesse commerciale, i Paesi

del Med-Golfo sono e rimangono molto lontani da noi quanto a cultura, consuetudini e stili negoziali. Comedit (Associazione per la Camera di Commercio Italiana), che da anni opera in quest'area nel sostegno al commercio e alle imprese italiane, è sicuramente uno tra gli attori più informati e meglio inseriti nei circuiti locali. Francesca Brigandì di Castelbarco, che ne è la Presidente, conosce bene quest'area del mondo e dal 2010 collabora con la Fondazione Istud e con la Regione Lombardia ad un progetto per aiutare le Pmi italiane ad espandersi nell'area del Qatar; l'obiettivo è quello di creare le condizioni più propizie al consolidamento di un modello di sviluppo sostenibile nel settore dell'artigianato con un approccio a filiera, che è indispensabile in regioni come queste dove non di rado mancano le infrastrutture di supporto e un sistema bancario moderno ed efficiente per il finanziamento delle start up (pur con qualche eccezione come il Libano dove il sistema bancario è invece molto efficiente).

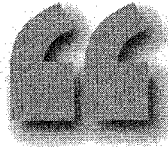
Tra le imprese italiane, alcune stanno già investendo nel settore energetico, e particolarmente in quello del fotovoltaico che in quest'area del mondo rappresenta una sicura opportunità di business. Una di queste è **Solar Ventures** che, pur appartenendo al segmento della grande impresa, costituisce un caso di studio davvero interessante per l'esperienza che sta maturando nei Paesi del Nord Africa e del Medio Oriente.

Il gruppo si occupa dal 2005 di gestione e sviluppo degli impianti fotovoltaici in un'area del mondo dove il sole non manca e la domanda energetica è in continuo aumento, soprattutto durante le ore diurne quando l'uso dei condizionatori, sempre più frequente nelle grandi cit-

tà in continua e caotica espansione, mette a dura prova le reti distributive locali. Nel caso di **Solar Ventures**, fonda-

mentale è stata la collaborazione coi governi locali, e particolarmente con quello giordano che ha selezionato i siti per gli

impianti incoraggiando il transfer di conoscenze e tecnologie a beneficio della manodopera autoctona.



*Tra i Paesi  
del Bacino  
è necessario creare  
innanzitutto  
uno scambio  
culturale  
tra ricercatori  
e università*

