

TESTATA	Data	Periodicità	Argomento	Tipo
affari e finanza	18 maggio 2009	settimanale	Giornata Europea del Mare	Articolo e notizia

Economia Italiana



Abbiamo preso da Ups Mail Box perché dopo aver visto Marchionne ci siamo detti: e noi che possiamo fare?
Graziano Fiorilli
 Presidente Mbe Italia



Il settore armatoriale aspetta nuove norme sullo smaltimento di navi obsolete, anche con un premio sulla demolizione
Nicola Cosola
 Presidente Conifarma

GRANDI PROGETTI / Nell'area sono già oggi attive mille imprese a partecipazione italiana che producono un fatturato totale di oltre 10 miliardi di euro

Mediterraneo, la ripresa vien dal mare

Le strategie che permetteranno all'Italia di intercettare la crescita dei nuovi mercati

MASSIMO MINELLA

Una via di fuga dalla crisi? Scegliere la rotta del Mediterraneo. Sembra uno slogan, ma con il supporto dei numeri diventa un progetto da coltivare con la massima attenzione. Ne è convinta la Federazione del Mare, che raggruppa il sistema marittimo nazionale ed è guidata dal presidente di Fincantieri Corrado Antonini, che oggi in un convegno a Roma presenterà uno studio del Censis le cui conclusioni potrebbero più o meno essere: "Il Mediterraneo ci salverà". In fondo, basta tradurre in cifre il suo valore economico per cominciare a riflettere: 4 mila miliardi di euro di Pil che arrivano a 10 se si allarga lo scenario ai paesi dell'Unione Europea che non si affacciano sul mare; 32 milioni di container movimentati nei suoi porti (con la prospettiva di arrivare a 54 a fine 2010, crescita del 69%, nonostante la recessione); 370 milioni di tonnellate di materie prime che hanno origine o destinazione all'interno di questo bacino; un terzo di tutto il mercato cro-

I numeri di una ricerca del Censis che sarà presentata oggi

cieristico mondiale con 150 navi di 64 compagnie e oltre 9 milioni di passeggeri. Visti dall'Italia, poi, i numeri sono ancor più robusti: le attività marittime delle aziende coinvolte nel business finito sotto la lente del Censis, infatti, producono ogni anno beni e servizi per un valore di 36,5 miliardi di euro, pari al 2,7% del Pil, superiore a settori come il tessile e l'agricoltura.

«Le ragioni di questo rinnovato protagonismo del Mediterraneo all'indomani della crisi sono molteplici - si legge nella ricerca "Il Mediterraneo prossimo venturo" - tutto il settore dell'energia appare esposto a forti cambiamenti e orientato a integrare i processi produttivi che stanno alla base dell'estrazione e dello sfruttamento del petrolio e del gas, con interessanti soluzioni che possono determinare un'apertura di nuove iniziative imprenditoriali evitando la monocultura del petrolio».

L'Italia scende in campo con un ruolo da protagonista nel Mediterraneo: dati Ice alla mano, si contano nell'area mille imprese a partecipazione italiana che impiegano 98 mila addetti, con un fatturato superiore a dieci miliardi di euro. Dal '99 al 2004, la crescita è stata del 7,3%, con una spinta particolare che arriva da settori come il tessile, il commercio all'ingrosso, l'industria calzaturiera, la meccanica e l'edilizia. Meta privilegiata resta la Tunisia, dove opera la metà delle imprese italiane presenti nell'area, marilevante è anche la presenza in Marocco, Turchia ed Egitto.

Ma la sfida del Mediterraneo va al di là del suo peso economico e chiama tutti i paesi a un grande sforzo di cooperazione sociale. Il Mediterraneo quindi come «luogo unico di sperimentazione» e come «magnete rispetto ai diversi flussi di interesse che si muovono intorno al mondo e soprattutto rispetto alla localizzazione di investimenti da parte dei paesi più avanzati». Certo, non si deve

IL MADE IN ITALY VERSO L'AFRICA

Realizzazioni estere delle imprese italiane nel 1° trimestre 2008 (rispetto al 2007)



Corrado Antonini
Federazione
del mare



Claudio Scajola
Ministro Attività
produttive



José Manuel
Barroso,
presidente Ue

perdere di vista lo scenario disomogeneo che unisce paesi di diverse continenti e culture, con livelli di crescita e tassi di alfabetizzazione differenti, realtà in declino ed altre in crescita. E lo stesso ragionamento vale nel confronto con l'Unione Euro-

pea che «soddisfa oltre il 45% della domanda di importazioni dei paesi del Mediterraneo e assorbe la metà delle sue esportazioni». Numeri significativi che scivolano però verso il basso, se si esamina la relazione dalla strada opposta. «Per i Paesi eu-

ropei - spiega il Censis - l'area ha un'importanza molto più ridotta sia come mercato di sbocco che come mercato di approvvigionamento (considerando il commercio extra Ue, intorno al 10%)».

Le strade da seguire, quindi,

per fare del Mediterraneo la sfida economica più interessante dal 2010 in poi, sono almeno tre: rafforzare gli investimenti esteri in entrata; aumentare le iniziative di importazioni ed esportazioni dell'area; realizzare i programmi infrastrutturali

su cui punta l'Unione Europea e che coinvolgono l'area Mediterranea. Solidi e grandi opere, insomma, con particolare riferimento a cinque progetti: il corridoio multimodale transmagrebino, il doppio corridoio del Mediterraneo orientale e i tre corridoi ferroviari già inseriti nella "quick start list" dell'Unione Europea, il 5 (Genova verso Rotterdam e verso Trieste), l'1 (Napoli, Lamezia Terme, Messina, Palermo), oltre a Bari e Brindisi, terminali italiani del corridoio 8 che percorrerà i Balcani e risalirà verso l'Europa lungo la linea adriatica.

Se effettivamente la crisi comincerà a farsi meno grave dal 2010, torna d'attualità la stima di 690 milioni di teus movimentati nel mondo nel 2015 (il teu è l'unità di misura del container e corrisponde a un pezzo da 20 picchi), il triplo del 2000. Con enormi ricadute sulla ricchezza e l'occupazione del Mediterraneo.

Il traffico di container nel 2015 sarà triplicato rispetto al 2000

Possibile? Sì, ma a precise condizioni. «Occorre orientare gli sforzi per ridurre la distanza e i divari in termini di reddito, accesso alle reti, acquisizione di conoscenza - conclude il Censis - Fra i tanti effetti che la crisi globale può lasciarsi dietro ci può anche stare una maggiore sensibilità dei paesi nel riattivare percorsi di collaborazione e di cooperazione, stimolati da un senso di appartenenza all'area mediterranea e di condivisione di un destino inevitabilmente comune».

LA SCHEDA

E' l'Egitto a guidare il boom dell'export

L'EXPORT italiano cambia direzione e punta verso Est e verso Sud. Una vera e propria "mondializzazione del made in Italy", spiega il Censis «che intercetta con scaltrezza il progressivo ingresso di nuovi paesi nell'arena del commercio mondiale e la crescita dei consumi materiali che le popolazioni di questi paesi stanno

mostrando». Verso l'Egitto, ad esempio, il made in Italy ha aumentato il proprio valore esportato del 60,1%. E la domanda di prodotti italiani appare in aumento nel biennio 2005-2007 anche per paesi come Algeria (+1,1%), Libia (6,4), Marocco (23,9) e Tunisia (32), quest'ultimo da sempre primo partner africano dell'Italia.

