

RAPPORTO SRM

Pmi, l'espansione è nell'area Med Scudieri: Più porti. Zigon: Reti smart

PICCOLE e medie imprese: obiettivo Mediterraneo. La Turchia è la nuova frontiera. E' quanto emerge dal Rapporto annuale di Srm (Studi e ricerche del Mezzogiorno) intitolato "Le relazioni economiche tra l'Italia e il Mediterraneo". Una parte dello studio è proprio dedicata all'analisi del business italiano in Turchia, uno dei Paesi con un tasso di crescita tra i più interessanti dell'intera Area Med negli ultimi anni.

L'Italia, secondo lo studio, si conferma il primo partner commerciale dell'Area Med con 57,7 miliardi di euro di interscambio, superando Germania (56,6 miliardi) e Francia (46,8 miliardi). I settori su cui puntare? Economia del mare ed energie rinnovabili. La Turchia è il primo partner commerciale dell'Italia nell'area e sono 911 le imprese italiane attive nel Paese - con Fiat e Pirelli che fanno da traino per le Pmi presenti - con un fatturato di oltre 16 miliardi di euro e un impatto occupazionale di circa 125 mila addetti. L'automotive è il comparto di maggiore espansione nel Paese (49,6 per cento del totale), assieme a macchinari e attrezzature (18,6) e gomme e plastica (8,3). Il presidente di Srm Paolo Scudieri evidenzia l'importanza degli scali marittimi come porta e cerniera del Mediterraneo. Mario Zigon a capo del gruppo Getra pensa all'innovazione e alla realizzazione delle reti tra le nuove città intelligenti. ●●● 6

Scudieri: Porti fondamentali Napoli, spazio alle supernavi

IL MEDITERRANEO è, e lo sarà sempre di più in futuro, "un'area molto rilevante per le relazioni economiche del nostro Paese e del Sud in particolare e con un valore ben più ampio di quanto i soli dati sull'interscambio commerciale possano misurare". Così Paolo Scudieri, presidente di Srm (Studi e Ricerche Mezzogiorno), alla presentazione del Rapporto dell'associazione intitolato "Le relazioni economiche tra l'Italia e il Mediterraneo". Secondo il numero uno di Adler Group, "oltre al Nord Africa bisogna guardare alla Turchia, dove ci sono opportunità commerciali rilevanti". Per far questo però occorre migliorare i collegamenti marittimi, come quelli con il porto di Napoli, dove bisogna procedere subito con i dragaggi e dare più spazio alle supercontainer.



Paolo Scudieri

Si parla sempre più di interscambio con l'area Med: su cosa occorre puntare?

Per le imprese campane l'area di sbocco naturale nel Mediterraneo è il Nord Africa, dove ci sono opportunità commerciali rilevanti. La collocazione geografica del nostro Paese richiede questa visione globale, ma anche la capacità di declinarla in tante visioni capaci di considerare le diverse relazioni commerciali che hanno le regioni italiane; pensiamo ad esempio alla Puglia e le altre regioni adriatiche verso la sponda balcanica piuttosto che la Campania e la Sicilia verso l'Area Nord africana.

Quali i problemi da affrontare?

Ci sono incertezze e difficoltà soprattutto sotto il profilo politico. Tuttavia noi siamo convinti che l'economia sia un dri-

ver fondamentale per lo sviluppo delle relazioni internazionali tra i Paesi. Il nostro Paese per primo deve essere più consapevole che quest'area è già oggi molto importante per l'economia italiana tanto per le Regioni del Nord quanto per il Mezzogiorno e potrebbe diventare una delle componenti trainanti dell'au-

spicata ripresa del nostro Paese.

Quali i settori più importanti?

Non bisogna guardare solo al nostro interscambio commerciale con l'area Med, ma alle energie rinnovabili e ai trasporti marittimi come infrastrutture indispensabili per sviluppare l'economia sulle due sponde del Mare Nostrum.

Come i porti?

Certo. La Regione Campania un anno fa ha deciso di dragare il porto di Napoli affinché possa accogliere le navi supercontainer. Spero che questo possa realizzarsi nel più breve tempo possibile, perché registriamo segnali preoccupanti. Il 70 per cento dell'interscambio dell'Italia con l'area del Mediterraneo si svolge via nave e i traffici marittimi attraverso il Canale di Suez si svolgono su navi sempre più grandi che a Napoli non possono attraccare. I porti italiani stanno perdendo terreno rispetto a quelli nordafricani e in questa fase, a livello infrastrutturale, devono fare la loro parte. Facciamo sì che il porto di Napoli possa essere competitivo in ambito internazionale.

Quali i Paesi più attraenti per le Pmi?

Sono diversi gli Stati interessanti. Come Adler Group consideriamo la Turchia uno dei più affidabili: proprio lì abbiamo quattro stabilimenti. ●●●

Zigon: Classe politica assente Energia, è l'ora delle reti smart

L'AREA MED "è la nuova frontiera per le imprese del Mezzogiorno". Ne è convinto Marco Zigon, patron del gruppo Getra, attivo nella produzione di trasformatori elettrici a grande potenza con una filiale anche a Casablanca, in Marocco con Getra Power Maghreb. Zigon interviene alla presentazione del Rapporto Srm sulle "Relazioni economiche tra Italia e Mediterraneo", svoltosi ieri a Napoli. "L'Africa - spiega - è considerata il continente del sottosviluppo, ma è più ricca dell'India in base al reddito lordo pro-capite e conta un Pil che cresce a ritmi del 6 per cento l'anno. Proprio per questo l'industria italiana e quella del Sud devono consolidare le relazioni con l'area Med". Secondo l'imprenditore, "il settore più promettente è quello dell'energia da fonti alternative: è l'ora delle reti intelligenti transfrontaliere".



Marco Zigon

Perché i Paesi del Mediterraneo sono così importanti per l'economia italiana?

L'Area Med rappresenta la nuova frontiera per le imprese del Mezzogiorno. L'Africa è considerata il continente del sottosviluppo, ma è più ricca dell'India in base al reddito lordo pro-capite e conta un Pil che cresce a ritmi del 6 per cento l'anno.

Quali i comparti più promettenti?

Secondo alcune stime, entro il 2030 la capacità addizionale di energia richiesta dai Paesi del South Med potrebbe comportare investimenti pari a 320 miliardi di euro, di cui circa la metà in fonti rinnovabili. L'energia, perciò, rappresenta il comparto di crescita più importante.

Che ruolo possono giocare le imprese del Sud?

La vicinanza geografica è un elemento fondamentale per conquistare questi nuovi mercati. I risultati si otterranno solo se accompagnati da una politica economica volta a favorire infrastrutture e quindi porti marittimi, aeroporti internazionali, reti

ferroviarie ed energetiche ad alta capacità e soprattutto interporti in grado di ottimizzare i flussi.

Come agevolare la creazione di rapporti più intensi tra Paesi del Bacino e Mezzogiorno?

Ci sono diverse criticità da superare: il rischio Paese, connesso all'instabilità politica dell'aera; il rischio finanza, legato alle strutture del credito. Il vero problema, però, riguarda le strategie politiche italiane.

Cosa non va nella strategia politica italiana?

Non sappiamo proporci alle economie emergenti come un sistema che, alle capacità manifatturiere e al design, sappia unire le azioni sistemiche di accompagnamento per una penetrazione che non può più essere solo commerciale.

Quali gli errori principali?

Politica e istituzioni italiane sembrano al momento impegnate in tutt'altro. Fra i loro compiti a casa non c'è il problema di come stimolare la crescita. Non c'è la giusta attenzione a quello che potrebbe essere un nuovo Piano Marshall che punti a investire risorse anche in progetti finalizzati a implementare la realizzazione di smart grid di interconnessione.

F. P.