

Med-Golfo, il gigante che sfiderà Usa e Cina

Maurizio Guandalini
Fondazione Istud

di Victor Uckmar
Professore emerito dell'Università di Genova e presidente Centro Ricerche Tributarie dell'Impresa, Università Bocconi di Milano

Il Med-Golfo, un'area di oltre quaranta paesi, un blocco economico di 800 milioni di consumatori e produttori che si contrapporrà a Usa e Cina, è visto come il nuovo dragone, la frontiera del nuovo rinascimento globale e terra promessa del business futuro. Ne fanno parte paesi sconosciuti, poco frequentati ma che progressivamente si sono aperti al mercato mondiale e di cui l'Europa ha scoperto le potenzialità anche per la collocazione geografica di cerniera. L'area, stretta all'Europa ma lontana nelle concezioni, nei modi, negli stili di vita, nei redditi pro capite, nel prodotto interno lordo, si presenta come un arcipelago di

nazioni, popoli e lingue attraversate da conflitti (tanti irrisolti), incomprensioni e rancori, che si è dimostrato pronto al dialogo e alla cooperazione economica.

Si parla da tempo di un'area di libero scambio commerciale ma purtroppo sono più gli ostacoli, voluti o cercati, che gli atti concreti. Un Sistema Paese che funziona deve investire prima sulla conoscenza e poi entrare in tutta l'area, evitando gli errori dell'improvvisazione e del fai da te. Entrare nel Med-Golfo richiede conoscenza, approcci lunghi e complessi; assistenza tecnica, fiscale, giuridica. Ancor più in nazioni dove conta la componente religiosa, dove non è sempre ben limpida e marcata la differenza con le funzioni e i compiti della politica e dello Stato.

L'Italia, già presente in tanti paesi del Med-Golfo, può e deve fare di più puntando sul made in Italy tradizio-

nale, sulla meccanica e sul know-how tecnologico. Il varo dell'Unione per il Mediterraneo e la firma dell'accordo Italia-Libia, che ha chiuso il contenzioso che fa riferimento al periodo coloniale e della guerra, hanno aperto una serie di opportunità economico e commerciali per le aziende italiane.

Quando abbiamo iniziato la redazione di "Med-Golfo, la terra promessa del business", un libro sull'argomento pubblicato da Mondadori Università, abbiamo stilato una lunga scaletta con decine e decine di nomi d'imprenditori che avevano rapporti con l'area del Med-Golfo.

Molti avevano accettato l'invito a scrivere, poi, dopo un po' di tempo, rinunciavano. La motivazione era sempre quella: in quei territori avevano poco o nulla; solo un telefono o una stanza. Oppure il business che cercavano di tenere in piedi, era di poca sostanza. L'auspicio era di

crescere. Altre realtà aziendali non avevano proprio iniziato alcun investimento; avevano solo pochi negozi, spesso in franchising o si occupavano dell'export di qualche prodotto. Insomma, si trattava di un raggio d'azione ai minimi termini, embrionale. Era solo l'indizio di una "strategia" lenta.

Lo è stato per tanti mercati che sono entrati nel commercio internazionale: lo è anche per il Med-Golfo. Non sempre ci sono da seguire strategie d'ingresso, con un manuale alla mano. Gli imprenditori italiani ci insegnano che, perlopiù, prevale un combinato d'eventi: l'"aggancio" giusto, la conoscenza, l'amicizia che si trasforma in fiducia reciproca, l'apertura di un varco in settori lontani ma che poi portano al prodotto che sono interessati a vendere. Una constatazione diffusa che, però, non ci deve mai far dimenticare che l'education deve andare a braccet-

to con il business.

Dei temi del Mediterraneo e del Golfo si parlerà domani, 1° dicembre a Milano, al Centro svizzero di Via Palestro 2, dalle 9.30 alle 13.00, nel workshop internazionale "Med-Golfo, la terra promessa del business", organizzato dalla Fondazione Istud in collaborazione con la rappresentanza di Milano della Commissione europea e il patrocinio del Ministero dello sviluppo Economico.

Interverranno tra gli altri Carlo Corazza (Ue), Hatem Abou Said (Al Baraka Banking Group), Francesca Brigandì di Castelbarco (Comedit), Federica Pocek (Sace), Massimo D'Aiuto (Simest), Paolo Alberto De Angelis (Bnl gruppo Bnp Paribas), Michele Appendino (Solar Ventures), Giovanni Roncucci (Roncucci & Partners), Guido-Maria Solari (Roedl & Partner), Luigi Sampaolo (Eni) e Fabio Francescangeli (Telecom Sparkle).