

Dal Marocco alla Turchia, le possibilità d'investimento

Lauria di Bnl spiega le opportunità per le imprese nei nuovi mercati

BNL, Simest e Assafrica unite in una alleanza per assistere e supportare le imprese italiane nei nuovi mercati strategici. L'iniziativa è stata presentata alle imprese modenesi in occasione del seminario dal titolo "Il remix per la crescita: Italia, Mediterraneo e Medio Oriente" all'Auditorium Giorgio Fini. Iniziativa di Confindustria Modena per esplorare le opportunità offerte dai questi paesi, uniti dal fatto di essere situati al 30° parallelo. E "30° Parallelo" è un progetto che coinvolge i tre partner per fornire un supporto alle imprese, in questo caso a quelle emiliano-romagnole e modenesi in particolare. Nella disamina delle statistiche relative all'incremento annuo delle esportazioni in valori nominali, si nota come ai primi posti non ci sono più i paesi storicamente meta dell'export italiano, quali Germania e Francia, ma le nuove aree di sviluppo dell'area Mediterranea, quindi tutti i paesi che vanno dal Marocco alla Turchia, compreso il Golfo Persico.

Gianluca Lauria, responsabile Internazionalizzazione e trade finance di Bnl, spiega come l'alleanza nasca proprio dalla volontà di dare delle risposte concrete. «L'internazionalizzazione - afferma Lauria - è un importante fattore strategico. Siamo ormai tutti concordi a riguardo. Bnl, Simest e Assafrica per la prima volta sono unite nella realizzazione di un obiettivo concreto, ovvero quello di supportare l'internazionalizzazione delle imprese. E non solo le imprese di grandi dimensioni, ma anche delle PMI, quelle che, in Emilia, vengono definite le "multinazionali tasca-bili". L'Emilia Romagna - prosegue Lauria - è la patria dell'internazionalizzazione. La prima a muoversi in tale contesto, pur con tutte le sue tipicità settoriali». Alcuni dati possono aiutare a capire il crescente interesse dimostrato nei confronti dei processi di internazionalizzazione. Lo stesso Lauria afferma: «Dai dati sulle economie del Mediterraneo e del Golfo Persico risalta-

no elementi di rilievo, ossia la crescita del PIL pro-capite e lo sviluppo demografico dell'area, che nel breve periodo sono sinonimo di opportunità di investimento». Nel 2008, infatti, il valore in euro del complesso delle esportazioni italiane ha segnato una crescita zero sul dato dell'anno precedente. La stagnazione del totale dell'export italiano si compone di un -1,3% delle vendite in Germania, di un -2,5% verso la Francia e di un -5% verso gli Stati Uniti. Ma aggregando i venti paesi che si affacciano sulla sponda meridionale e orientale del Mediterraneo e quelli del Golfo si scopre che nel 2008 le esportazioni dell'Italia sono aumentate del 16,2%. Nel 2008 i paesi MeG sono diventati il secondo cliente dell'export italiano a pari merito con la Francia, con l'11,2% del totale delle nostre vendite oltre frontiera. Al primo posto, ma non troppo distante, rimane la Germania, a cui si è rivolto il 12,8% delle esportazioni italiane nel 2008. (fel.buon.)

