



Rapporto 2012 di SRM: “Le relazioni economiche tra l’Italia e il Mediterraneo”

L’Italia 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).

La Turchia è il primo partner commerciale dell’Italia nell’area; e sono 900 le imprese italiane attive nel Paese, con un fatturato di oltre 16 miliardi di euro e un impatto occupazionale di circa 125mila addetti.

Sea economy e energie rinnovabili tra i settori chiave per il rilancio del sistema Italia vs. l’Area MED.

Napoli, 20 novembre 2012. SRM-Studi e Ricerche per il Mezzogiorno ha presentato oggi, presso la Sala delle Assemblee del Banco di Napoli, l’edizione 2012 del Rapporto Annuale su “Le relazioni economiche tra l’Italia e il Mediterraneo”: lavoro di ricerca frutto di un intero anno di studi compiuti da SRM nell’ambito dell’Osservatorio Permanente sull’economia del Mediterraneo.

Tre i temi cardine del Rapporto: le relazioni commerciali, i flussi finanziari e i collegamenti infrastrutturali. Novità di questa edizione è un focus sul valore complessivo del business italiano in ciascun Paese, e che quest’anno si è focalizzato sulla Turchia, uno dei paesi più interessanti tra quelli emergenti e quello che vanta le più intense relazioni commerciali con l’Italia nell’ambito dell’Area Med.

Il Convegno — aperto dalle relazioni introduttive di Maurizio Barracco, Presidente del Banco di Napoli, Paolo Scudieri, Presidente di SRM, e Giuseppe Castagna, Direttore Generale del Banco di Napoli — si è quindi concentrato sulla presentazione dei risultati del Rapporto esposta da Massimo Deandreis, Direttore Generale di SRM, che in particolare ha mostrato i dati sull’interscambio economico tra l’Italia e i paesi mediterranei.

A seguire, i professori Stefano Monferrà, Ordinario di Economia degli intermediari finanziari presso l’Università di Napoli “Parthenope”, e Ennio Forte, Ordinario Economia dei Trasporti presso l’Università di Napoli “Federico II”, hanno approfondito - rispettivamente - la struttura finanziaria dei Paesi MENA, con un focus sulla Turchia; e lo sviluppo dei traffici marittimi nell’area MED.

I temi sollevati dalla presentazione della ricerca sono stati poi discussi nella tavola

rotonda moderata da Gennaro Sangiuliano, Vicedirettore TG1 RAI, sulla centralità del Mediterraneo per lo sviluppo dell'Italia e del Mezzogiorno.

La discussione ha visto confrontarsi esponenti del mondo istituzionale, imprenditoriale, accademico e finanziario: Roberto Aliboni, Consigliere Scientifico IAI (Istituto Affari Internazionali); Sergio Arzeni, Direttore CFE - OCSE, Parigi; Angelo Cicogna, Capo della Divisione Cooperazione Tecnica Internazionale della Banca d'Italia; Gianfranco Viesti, Presidente Fiera del Levante; e Marco Zigon, Presidente GETRA.

«SRM con questo secondo Rapporto — afferma Paolo Scudieri, Presidente di SRM — dimostra con chiarezza che il Mediterraneo è, e lo sarà sempre di più in futuro, un'area molto rilevante per le relazioni economiche del nostro Paese - e del Mezzogiorno in particolare - e con un valore ben più ampio di quanto i soli dati sull'interscambio commerciale possano misurare. Certo permangono incertezze e difficoltà, tanto in Europa quanto nei paesi del Mediterraneo, sia sotto il profilo politico che economico. Tuttavia, noi siamo convinti che l'economia sia un driver fondamentale per lo sviluppo delle relazioni internazionali tra i Paesi».

«Napoli e il Sud possono essere il centro, l'hub del Mediterraneo — dichiara Marcello Sala, Vicepresidente del Consiglio di Gestione di Intesa Sanpaolo — Bisogna trovare opportunità di sviluppo laddove possiamo ricavare vantaggi in termini di competitività. Il Gruppo Intesa Sanpaolo sta aprendo nuove filiali nel Mediterraneo, sta investendo molto tempo e risorse in quest'area, dunque sta portando avanti azioni concrete per sfruttare al meglio questa grande opportunità».

«La Banca è disposta ad aiutare la crescita e rendere più competitivo il Paese — dichiara Maurizio Barracco, Presidente del Banco di Napoli — Il Mediterraneo è un'occasione per il Sud dove crescono molte imprese giovanili e in questo campo il Banco di Napoli può essere di grande aiuto, ma bisogna investire su quattro cardini: ricerca, innovazione, educazione e internazionalizzazione, punti chiave per rendere le imprese competitive e quindi rappresentare un'occasione di sviluppo per Napoli, il Sud e l'Europa. Il Banco di Napoli in 500 anni di storia ha reso ogni tipo di servizio al cliente, ora essendosi rafforzato in un gruppo internazionale come Intesa Sanpaolo può spiccare il salto più alto verso il Mediterraneo».

«Con l'edizione 2012, il nostro Rapporto sulle relazioni economiche tra l'Italia e il Mediterraneo — spiega Massimo Deandreis Direttore Generale di SRM — giunge alla sua seconda edizione, raccogliendo i frutti di un intero anno di ricerca e monitoraggio svolto attraverso l'Osservatorio Permanente avviato da SRM nel 2011. In particolare abbiamo inaugurato un progetto di ricerca pluriennale, incentrato sull'analisi della tipologia e presenza del business italiano nei vari paesi dell'area, iniziando dalla Turchia. Guardando ai dati emersi sulla presenza italiana in questo paese e osservando più in generale la crescita dell'interscambio commerciale con l'area del Mediterraneo, emerge un quadro straordinariamente interessante che conferma come il Sud Mediterraneo stia diventando una nuova "frontiera" per le imprese italiane e rappresenti una sfida positiva per l'economia del nostro Paese e del Mezzogiorno in particolare».

«Siamo lieti di ospitare la presentazione di questo Rapporto perché i dati che sono

stati presentati da SRM — dichiara Giuseppe Castagna, Direttore Generale del Banco di Napoli — confermano la centralità che per noi ha il Mediterraneo. Il Banco di Napoli, attraverso il gruppo Intesa Sanpaolo, è storicamente attivo e presente in tutta l'area offrendo un valido supporto alle imprese del Sud che operano in quel territorio. Nonostante l'incertezza politica in molti Paesi, noi siamo convinti che una parte significativa del rilancio del Mezzogiorno passi dalla capacità di sfruttare meglio la vicinanza geografica e culturale con un'area che ha tassi di crescita molto più sostenuti dei nostri e rappresenta importanti mercati di sbocco e di investimento. Il Banco è vicino alle imprese - non poche anche dal Sud - che operano in questa direzione».