

I CONFERENZA DEL'EUROMED
“Strategie di mercato e sviluppo dell’Euromed”
Ente Autonomo Fiera dell’Ascensione
Francavilla F. 26 Maggio 2001

“La domanda di servizi alla globalizzazione da parte delle imprese dell’Area Jonico-Salentina ed il Centro Servizi Fiera 2000”

Avv Mario Pavone**

SSSS

1.Introduzione

Le imprese esprimono a fianco di domande o di fabbisogni di servizi considerati oramai consolidati, a basso valore aggiunto e standardizzati (fiere, indirizzi di importatori, corsi di formazione introduttivi al commercio estero, ecc.) esigenze di servizi molto articolati e legati ai loro principali fattori di competitività sul mercato globale.

Nello stesso tempo, vi è da notare che, proprio la globalizzazione, genera:

- a) l'accrescersi a dismisura in tutto il mondo e in un tempo brevissimo degli interlocutori imprese e istituzioni (soprattutto nelle aree ex-comuniste)
- b) mercati poco trasparenti per quanto riguarda la capacità di acquisto e la affidabilità degli interlocutori e le regole di comportamento, oltre che per quanto concerne i sistemi normativi nazionali e internazionali - sottoposti a rapidi mutamenti.

La distinzione tra servizi all'internazionalizzazione "tradizionali" e "innovativi" travalica quindi oramai le principali tre categorie con cui essi sono tradizionalmente raggruppati:

- servizi di informazione orientativa e specializzata
- servizi di assistenza all'operatività internazionale
- servizi di promozione internazionale, ed in particolare di accesso e di consolidamento sui mercati di riferimento,

Basti pensare alle segnalazioni di offerte solvibili e di partner compatibili e in diverso modo affidabili in regioni del mondo come l'ex-URSS, la Cina, l'America Latina. Oppure, alla necessità di potere localizzare in aree subnazionali, città e sistemi produttivi locali le opportunità di affari che in precedenza venivano spesso individuate e negoziate nelle capitali. Oppure, ancora, all'esigenza, espressa da un numero crescente di imprese, non solo di incominciare ad esportare, ma anche di trovare dei partner commerciali e industriali.

Il formidabile aumento del numero degli attori e delle località coinvolti nel processo di globalizzazione, le complessità delle tipologie di transazioni attivate (in termini di normative, di procedure, di contenuti tecnologici e finanziari richiesti e offerti), il mutamento di paradigma comunicativo introdotto dalla diffusione della telematica rappresentano quindi altrettanti imperativi ad innovare in modo radicale i contenuti dei servizi all'internazionalizzazione e le modalità attraverso cui essi sono erogati.

Negli ultimi anni, anche i fabbisogni e domande di servizi di cosiddetta "ultima generazione", incominciano ad essere soddisfatti, dopo un lungo periodo in cui le varie "famiglie" di soggetti fornitori di servizi si sono occupati quasi esclusivamente del livello di servizi più tradizionali.

Il tasso di utilizzo da parte delle aziende dei servizi all'internazionalizzazione erogati da tutti i soggetti istituzionali e non, pubblici e privati, è stato veramente molto basso.

In sostanza, si è sviluppata una forte concentrazione di servizi di accesso ai mercati esteri, per attività di export-import soprattutto, attraverso forme di servizi diretti alla penetrazione dei mercati; con l'affiancamento di supporti commerciali, tecnici e formativi correlati a questa stessa attività commerciale.

I CONFERENZA DELL'EUROMED
“Strategie di mercato e sviluppo dell’Euromed”
Ente Autonomo Fiera dell’Ascensione
Francavilla F. 26 Maggio 2001

Rimane un problema da affrontare e su cui decidere, vale a dire, in che misura e in che modo si intende fare evolvere ulteriormente il complesso dell'offerta dei servizi in modo tale da operare in raccordo con l'offerta internazionale dei fattori produttivi che concernono le principali aree funzionali delle aziende in cui si gioca la loro capacità competitiva globale:

- ✓ *l'accesso ed il radicamento sui mercati*
- ✓ *le partnership e le collaborazioni internazionali*
- ✓ *l'accesso a forme di finanziamento innovative*
- ✓ *l'organizzazione e la produzione*
- ✓ *l'innovazione di prodotto e di processo e l'introduzione di sistemi di qualità*
- ✓ *l'incremento delle capacità di informazione, comunicazione e di relazionalità delle aziende con altre imprese, con le istituzioni, con i servizi privati internazionali, attraverso la diffusione dell'accesso delle PMI alle tecnologie dell'informazione e della cultura delle Information Technology*
- ✓ *l'accesso a risorse umane qualificate.*

2. I soggetti fornitori di servizi

Per quanto riguarda i soggetti erogatori o fornitori dei servizi alla mondializzazione, tale processo di riposizionamento reciproco coinvolge diversi soggetti:

a- i soggetti pubblici (il sistema camerale, la Regione, l'ICE),

b- le associazioni territoriali e verticali,

c- i consorzi export e comprende sempre di più un'articolata e crescente presenza di società e singoli professionisti privati che offrono servizi all'internazionalizzazione.

sionisti privati che offrono servizi all'internazionalizzazione.

Lo sfondo decisivo che condiziona e condiziona comunque (e forse in senso positivo, attivando la ricerca di intese) il raggiungimento di un nuovo assetto complessivo dell'offerta è dato dalla diminuzione delle risorse disponibili per tutti gli attori, a fronte, invece, di accresciuti impegni per rendere competitiva la dimensione locale e facilitarne l'inserimento nei poli del mercato globale.

Tra Associazioni e Camere di Commercio si sta sviluppando una politica di maggiore concertazione e di integrazione di iniziative, sia attraverso l'applicazione della Legge 580, sia in casi, ove tra la locale Camera di Commercio e le Associazioni si verifica da tempo un notevole raccordo operativo.

La Azienda speciale Promos della Camera di Commercio di Milano è particolarmente attiva con diverse Associazioni di categoria (ad esempio, nell'area dei macchinari: UCIMU, Acimal, Acimit) nel promuovere varie categorie di attività di servizi per le imprese in diverse aree del mondo e per progetti di cooperazione internazionale - alcuni dei quali con l'intervento della Regione Lombardia.

Inoltre, diverse Associazioni provinciali della Lombardia (della grande industria, delle medie e piccole imprese e dell'artigianato), oltre a fornire direttamente taluni servizi di consulenza (check up iniziale delle imprese per l'export, orientamenti ai mercati esteri, informazioni sulle politiche commerciali, ecc.) si avvalgono dei servizi offerti dal Centro Estero Lombardo. Servizi che coprono un ventaglio di prestazioni: dalla consulenza legislativa, alle consulenze per l'operatività commerciale internazionale e la ricerca di partner, la formazione su un ampio spettro di temi, l'avvio di imprese artigiane ad attività di export, la partecipazione a fiere, gli incontri d'affari (tra cui quelli, in crescita, tra grande

I CONFERENZA DEL'EUROMED
“Strategie di mercato e sviluppo dell’Euromed”
Ente Autonomo Fiera dell’Ascensione
Francavilla F. 26 Maggio 2001

committenza ed aziende subfornitrici). In questo modo, il Centro Estero lombardo raggiunge all'incirca il 20% del complesso delle aziende lombarde che operano con i mercati internazionali.

Per quanto riguarda i consorzi export , essi in parte subiscono la perdita di rilevanza, di consistenza numerica degli associati e di operatività dovuta al prosciugarsi dei contributi dello Stato, contributi non compensati da interventi regionali e di altre fonti (esempio Camere di Commercio).

In parte diversi consorzi, invece, denotano una notevole capacità di operare sul mercato, sviluppando strutture più professionali, capaci di fornire servizi più sofisticati agli associati ed in linea con la tendenza dei servizi stessi a diventare sempre più capital intensive.

I consorzi export tendono sovente, ma non sempre, ad operare in sinergia con Camere di Commercio, Associazioni e Centri Servizio e pure nell'ambito dei Comitati di distretto. Alcuni sono di emanazione camerale e/o associativa (o sono sponsorizzati da essi) ed operano con parziali coperture dei costi per singole iniziative o dei costi di gestione.

L'Ente Regione, per quanto riguarda l'internazionalizzazione, tende ad accrescere la sua presenza, svolgendo un più accentuato ruolo di "diplomazia economica" ed un ruolo più diretto di sostegno finanziario alle PMI, attraverso le Leggi regionali sugli "Interventi regionali per lo sviluppo delle imprese minori".

In ambito nazionale, sono per adesso tramontate le ipotesi di fare dell'ICE l'ente con cui ed intorno a cui organizzare e semplificare (ridurre) le attività internazionali degli altri soggetti anche a livello regionale. Le convenzioni dell'ICE con alcune Regioni e ciò lascia lo spazio al sistema camerale e agli altri soggetti, quindi, di utilizzare al meglio le effettive complementarità con i servizi con l'Istituto.

Nel complesso, quindi, si sta assistendo ad un'evoluzione del sistema relativamente dinamica dei soggetti istituzionali, pubblici e privati, e dei soggetti privati attivi nell'offrire servizi di supporto all'internazionalizzazione delle imprese e dei sistemi territoriali di imprese.

Un'evoluzione che ha presentato, nell'ultimo periodo, alcune caratteristiche principali, tra cui:

- un arricchimento del tessuto istituzionale per la mondializzazione, attraverso l'istituzione di diverse Aziende speciali camerali per la promozione internazionale, la formazione; la creazione di nuovi Europortelli presso sedi camerali; la nascita di diverse Agenzie per lo sviluppo territoriale e la riconversione produttiva;
- un processo di convergenza e collaborazione - nel territorio - tra enti e soggetti appartenenti a diverse famiglie di istituzioni, pubbliche e private, e di un allargamento di collaborazioni tra le istituzioni lombarde e diverse decine di soggetti pubblici e privati in Italia e all'estero (Camere, Associazioni, enti governativi, società specializzate, ecc. - vedi in proposito il paragrafo seguente);
- un processo di selezione e di consolidamento di alcuni attori, quali Centri servizio e consorzi export, esposti in questa fase ad operazioni di concentrazione, di specializzazione o di ridefinizione delle loro missioni;
- un processo di ridefinizione, appena accennato e destinato ad approfondirsi con lo svilupparsi del decentramento amministrativo e funzionale a favore degli enti locali (e in parte funzionali - come le Camere -); processo che tenderà a regionalizzare, a concentrare e a far lievitare in ambiti territoriali più mirati (città, distretti, sistemi locali di imprese) risorse ed iniziative per sviluppare i necessari raccordi tra il locale e il mercato globale.

In questo nuovo quadro regionale e locale, che sempre più si integrerà direttamente con altre aree e sistemi urbani dell'Unione Europea e del mercato globale, si manifesteranno "dal basso" iniziative di

I CONFERENZA DEL'EUROMED
“Strategie di mercato e sviluppo dell'Euromed”
Ente Autonomo Fiera dell'Ascensione
Francavilla F. 26 Maggio 2001

innovazione per quanto riguarda i soggetti e i servizi per l'internazionalizzazione in una duplice direzione: a) tra gli attori locali e nazionali e lungo filiere transnazionali interistituzionali e tra pubblico e privato.

3. L'evoluzione dei contenuti dei servizi

Per quanto riguarda i contenuti dei servizi all'internazionalizzazione, sono in atto e appaiono sempre più necessarie importanti evoluzioni, proprio per far fronte in modo proattivo alle caratteristiche del quadro istituzionale ed economico-tecnologico che si sta costituendo nel mondo e per rispondere alle necessità aziendali.

Due sono le tipologie fondamentali di funzioni/servizi per cui le imprese chiedono importanti potenziamenti e a cui si è solo incominciato a dare risposta:

- a) funzioni politico-istituzionali
- b) servizi a contenuto tecnico.

Lo sviluppo delle funzioni politico-istituzionali da parte di enti come quelli camerali e della Regione appaiono indispensabili proprio per le caratteristiche "puntiformi" della globalizzazione, al fine di interconnettere i poli regionali con i poli nel mondo. Per fare questo, per fare incontrare le specificità delle diverse aree di imprese della Lombardia con il mondo, devono essere rivolti a compiti di scouting e di creazione di cooperazioni con istituzioni estere dell'economia e delle imprese: con Stati regionali, città, Agenzie, Camere estere, Associazioni, Camere bilaterali, Istituti e Organizzazioni finanziarie multinazionali.

Tutto ciò consente di fare sinergia fra le imprese e le componenti più vive dei diversi distretti e sistemi produttivi locali e fra di essi e sistemi di imprese all'estero.

Questa evoluzione include il graduale consolidamento di diverse reti: il Club delle Aziende Speciali per la mondializzazione di CCIAA; la cooperazione tra numerosi Centri Estero - tra cui quello lombardo - sui desk nell'ex-URSS e in Cina; la cooperazione tra diverse Unioncamere regionali del Centro-Nord e promosse da quella lombarda, per la creazione di una Banca Dati di nuova generazione della subfornitura, la creazione di sinergie in rete tra Camere di Commercio regionali su settori come l'agroalimentare ; analoghi accordi in rete fra vari operatori e Mondimpresa per progetti nell'Est Europa.

Questo è quanto sta avvenendo, ad esempio, in Lombardia attraverso le iniziative della Camera di Commercio di Milano, delle sue Aziende Speciali Promos, Formaper, Eurosportello ecc., del Centro Estero Lombardo con altri Centri Estero (- Piemonte, Veneto, Emilia-Romagna -) e di alcune CCIAA della regione in diverse aree del mondo e attraverso numerosi progetti (i desk e gli accordi di cooperazione in Russia, Cina, Lituania; i progetti Nafta, Mercosur ecc.), sovente in collaborazione e con il sostegno istituzionale finanziario dell'Ente Regione.

In questi casi gli enti camerali e in diversi casi le associazioni hanno funzionato sia come "attivatori istituzionali" che come "broker", favorendo contatti tra imprese in modo indiretto, via altre istituzioni.

Tali attività di raccordo e, nell'ambito di queste, numerose altre iniziative promozionali più tradizionali, sono state sviluppate praticamente in tutte le aree regionali extra-europee che hanno conosciuto profonde modificazioni strutturali (come i paesi ex-socialisti) o che hanno presentato forti tassi di crescita, come l'Asia orientale e l'America Latina. Anche il Mediterraneo ha visto moltiplicarsi la predisposizione di progetti di cooperazione, in relazione al nuovo programma MEDA dell'Unione Europea. Per quanto riguarda il NAFTA, diversi progetti di penetrazione commerciale e collaborazioni mirate hanno riguardato vari enti (Regione Lombardia, Stato di New York, Camera di Commercio di

I CONFERENZA DEL'EUROMED
“Strategie di mercato e sviluppo dell’Euromed”
Ente Autonomo Fiera dell’Ascensione
Francavilla F. 26 Maggio 2001

Milano, Centro Estero, Unioncamere Lombarda, diverse Associazioni) per sviluppare con controparti USA (ad esempio, lo Stato di New York, Los Angeles, Camere miste italo-locali, ecc.) iniziative in settori di punta (nuove tecnologie, finanza innovativa, investimenti dall'estero).

E nell'ambito dell'Unione Europea si è sviluppata, da parte di quasi tutti i soggetti, una maggiore capacità - anche se non ancora soddisfacente - sia di utilizzazione dei programmi comunitari, sia di interfacciamento tra istituzioni ed enti preposti ad avvicinare le imprese e ad integrare i mercati nazionali nel mercato unico. Nell'ambito camerale europeo - ad esempio con il Club delle Grandi Camere, promosso dalla Camera di Commercio di Milano -, tra le associazioni di categoria, tra i centri tecnici lombardi ed europei, tra gli Eurosportelli lombardi ed europei).

b) Il secondo trend in atto è la crescita, la diversificazione e la specializzazione dei servizi a contenuto tecnico che si è realizzata - anche se in maniera diseguale - per dare seguito ai nuovi fabbisogni delle aziende, come d'altronde è stato posto in evidenza dalla ricerca stessa. Come già indicato, dalle risultanze dell'indagine è emersa la necessità di focalizzare maggiormente lo sviluppo dei servizi all'internazionalizzazione su diverse aree prioritarie, tra cui:

- servizi mirati all'identificazione di partner affidabili. In un mercato senza confini, strutturato per centinaia di aree subnazionali (metropoli, città, sistemi locali, ecc.), costituito da un numero di interlocutori estremamente elevato, diventa decisivo poter facilitare alle imprese rapporti fiduciari sia con partner d'affari, che con i fornitori delle attività consulenziali connesse.

Questo tipo di servizi è richiesto, come si è visto, da un consistente numero di imprese lombarde. Risulta dalla ricerca infatti che, oltre a perseguire prioritariamente l'espansione dell'export, sono sostanzialmente in aumento le iniziative finalizzate a presidiare nel prossimo futuro realtà connesse alle dimensioni produttive e tecnologiche; circa un quarto degli operatori (di cui circa 2500 imprese milanesi) ha previsto nei programmi per il futuro uno sviluppo internazionale attraverso accordi produttivi e tecnologici non equity, decentramento produttivo, società miste, creazione di proprie sedi commerciali all'estero, partecipazioni azionarie in società estere o ingresso di soci esteri in azienda.

La diffusione di strategie non puramente commerciali è in parte legata alla presenza di imprese medio-grandi e grandi, che sono quelle dov'è relativamente più frequente l'avvio di iniziative di questo tipo.

Oltre alla fondamentale richiesta di servizi di identificazione di partner d'affari affidabili (che peraltro si estende ovviamente anche alle transazioni commerciali), emerge da parte delle imprese un crescente interesse verso altre tipologie di supporti a funzioni strategiche dell'azienda come:

- *Servizi mirati all'accesso di finanziamenti (agevolati, di rischio) per progetti di espansione strutturale all'estero. È una tipologia di richieste in rapida crescita (come Sportello Mondializzazione della Promos e del Centro Estero) da parte delle imprese. In particolare, le problematiche relative alla corretta impostazione finanziaria dei progetti rivestono sicuramente un ruolo di massima importanza, non solo in fase di avvio di una nuova impresa ma soprattutto in fase di espansione e sviluppo nel medio periodo delle realtà industriali.*
- *Servizi mirati all'acquisizione di tecnologie innovative. Come si è già accennato, le caratteristiche del nuovo paradigma tecnologico determinano la necessità per l'impresa di fare ricorso non solo a processi di imitazione e di re-engineering o di innovazione incrementale, ma sempre di più di stabilire rapporti organici con strutture di ricerca (Centri di innovazione, Università, ecc.).*
- *Servizi mirati al reperimento e alla formazione di personale estero manageriale, intermedio, e tecnico per operazioni di insediamento all'estero e di collaborazioni internazionali non equity, per assistenza sul campo.*

I CONFERENZA DEL'EUROMED
“Strategie di mercato e sviluppo dell'Euromed”
Ente Autonomo Fiera dell'Ascensione
Francavilla F. 26 Maggio 2001

Riguardo all'offerta di canali di facilitazione per l'accesso a nuove fonti e modalità di finanziamenti internazionali è stato garantito di recente un più agevole accesso ai fondi Mediocredito e Simest (da parte di Promos e CEL), attraverso lo Sportello Mondializzazione, il liason office aperto di recente, con il Gruppo Banca Mondiale, con l'Inter-American Development Bank e con l'African Development Bank da parte della Camera di Milano rappresentano un servizio di rilievo per facilitare l'accesso delle PMI al fattore produttivo capitale.

Il Progetto Road Show, sviluppato nel '96 da Unioncamere Lombardia e nel '97 il "Progetto Venturing" che Promos sta iniziando nel quadro dell'accordo Lombardia-Stato di New York per consentire un accesso delle PMI lombarde ai fornitori di capitali di rischio americani rappresentano altrettanti progetti pilota e sono un punto di partenza per un'eventuale istituzionalizzazione e diffusione dell'attività, da affidare poi al mercato.

Il più frequente ricorso e la partecipazione agli strumenti e progetti dell'Unione Europea da parte degli enti camerali ed associativi (ECIP, Jopp, Interprise, Al-Invest, Phare, ecc.), oltre che direttamente da società di servizi e da aziende manifatturiere costituiscono un ulteriore arricchimento dei servizi nell'area finanziaria.

È dunque in corso in diversi punti del sistema di offerta di servizi alla globalizzazione un iniziale processo di specializzazione e di differenziazione delle tipologie di prestazioni, in parallelo al processo di differenziazione dell'evoluzione internazionale delle PMI e dei bisogni delle aziende.

Si tratta però di un processo recente, ancora in una fase di primo impianto, che richiede ulteriori sforzi, non solo e non tanto finanziari, quanto piuttosto di ordine politico-organizzativo.

4. Le modalità di erogazione dei servizi

Un po' più in ritardo rispetto all'evoluzione del contenuto dei servizi appaiono le modalità di erogazione e di distribuzione dei servizi stessi.

Anche in questo campo sono necessari vari ordini di impegno per accrescere l'efficacia delle stesse iniziative in corso, utilizzando le possibilità offerte dalle nuove tecnologie della comunicazione disponibili.

Non farlo significherebbe penalizzare fortemente la competitività delle imprese e favorire il mantenimento della distanza che esiste tra imprese ed istituzioni anche nell'area dell'internazionalizzazione, come risulta dai capitoli precedenti della ricerca.

Le caratteristiche delle nuove modalità di distribuzione dei servizi soltanto in parte presenti e in larga misura ancora da sviluppare sono principalmente:

- l'abbandono della logica prevalente dello "sportello" reattivo e l'introduzione di approcci "attivi" al cliente, prossimi all'assistenza integrata;
- l'organizzazione dell'offerta dei servizi secondo logiche di filiera (assisto o indirizzo l'impresa lungo l'arco dei suoi bisogni) e di "package" (offro un insieme integrato di servizi, con possibilità di espansioni-specializzazioni "laterali");
- un'organizzazione più esplicita, quindi, dell'offerta diretta di servizi e delle attività di brokeraggio degli enti istituzionali, pubblici e privati, e del mercato privato dei servizi;
- l'organizzazione esplicita in rete dell'offerta dei servizi, per via telematica, tra gli enti camerali (Intranet), tra enti camerali ed associazioni, banche, ecc. (come promossa dalla

I CONFERENZA DEL'EUROMED
“Strategie di mercato e sviluppo dell'Euromed”
Ente Autonomo Fiera dell'Ascensione
Francavilla F. 26 Maggio 2001

Camera di Milano), con un'attenzione alla valorizzazione reciproca dei punti di specializzazione tra le famiglie di enti;

- l'instaurazione di rapporti di "prossimità con le imprese" attraverso vari strumenti e modalità: con l'inserimento su Internet dei servizi degli enti, con registrazioni automatiche, accessibili via telefono, delle attività (come in Francia) e soprattutto con:
- la creazione di banche dati a livello di CCIAA di popolazioni di imprese attive all'estero, utenti e non, organizzate per settori, dimensioni e livelli di internazionalità, per priorità di obiettivi all'estero e per richieste di servizi; la creazione, inoltre, a livello regionale lombardo e di area metropolitana milanese di banche dati per ampi settori funzionali che hanno l'obiettivo sia di creare popolazioni di riferimento con cui dialogare in tempo reale, sia di rendere più trasparente l'incontro tra offerta e domanda di prestazioni.
- la realizzazione, prima sperimentale, e poi su scala più diffusa, di sistemi di comunicazione on line con un numero crescente di imprese, via Internet o altri sistemi;

Questa evoluzione è visibile ad esempio da parte di diverse Camere di Commercio, che oltre ad avere un proprio sito su Internet "ospitano" anche un crescente numero di profili aziendali; un servizio analogo è in via di espansione anche presso diversi consorzi export, mentre cresce la trasparenza di fasce dimensionali di imprese (come l'artigianato) in relazione all'area internazionale, a cura non solo delle associazioni di riferimento, ma anche dell'Assessorato regionale.

Nel medesimo tempo incominciano ad essere costituite banche dati che raccolgono e suddividono per situazioni e comportamenti diversi segmenti di popolazioni di imprese che operano sui mercati internazionali e che costituiscono un primo nucleo di riferimento degli utenti di servizi erogati dai diversi soggetti istituzionali.

A queste iniziative, che coinvolgono Camere e Associazioni, si accompagna anche, come accennato, la creazione di banche dati volte a far emergere a livello internazionale l'offerta di particolari aree di produzione e servizi: come ad esempio la banca dati I interregionale della subfornitura (Subfor InterNetwork), che vede in primo piano l'Unioncamere lombarda e la banca dati per le società private di servizi per l'internazionalizzazione, in via di creazione da parte della Promos.

5-Il nuovo mercato dell'EUROMED

Di cosa si occupa l'Euromed?

Euromed è una Convenzione Internazionale tra Paesi dell'Area del Mediterraneo, sorta con l'Atto finale della Conferenza di Barcellona del 9 e 10 Giugno 1995 e recepita dall'Italia con la Legge 27 maggio 1999 n.175, che si propone di concorrere alla conoscenza, allo studio, al dibattito, all'approfondimento specialistico, alla riflessione collettiva sui temi che riguardano il ruolo dell'Italia e dell'intera area del Mediterraneo, all'interno degli attuali processi di integrazione politica economica e sociale dell'Europa e della Comunità Internazionale.

Il Mediterraneo è stata sempre un'area geopolitica ricca di fascino, ma allo stesso tempo poco conosciuta. Questo mare rappresenta la vera frontiera tra il nord e il sud del mondo e i processi politici e sociali che lo attraversano sono complessi, eterogenei e sempre più intensamente connessi alla vita e alle vicende europee. La conoscenza di questi processi è ormai indispensabile e varie università hanno attivato una struttura di ricerca e di documentazione, denominata "Centro EuroMed", che si propone di fornire le competenze e gli strumenti per promuovere e diffondere lo studio della regione mediterranea. Particolare importanza è attribuita all'analisi e alla divulgazione delle attività politico-

I CONFERENZA DEL'EUROMED
“Strategie di mercato e sviluppo dell'Euromed”
Ente Autonomo Fiera dell'Ascensione
Francavilla F. 26 Maggio 2001

diplomatiche connesse al processo di Barcellona che costituisce la base della nuova politica dell'Unione Europea (UE) nei confronti dei paesi terzi mediterranei.

Dal 1995 un nuovo approccio basato sulla cooperazione multilaterale ha sostituito la tradizionale politica mediterranea dell'UE, che aveva utilizzato come unico strumento di relazione gli accordi bilaterali di cooperazione e di associazione a contenuto commerciale ed economico. Lo strumento della nuova politica mediterranea è la partnership Euro-Mediterranea, un partenariato tra i quindici paesi dell'Unione e dodici paesi terzi mediterranei. Tra le innovazioni si prevede un capitolo dedicato allo sviluppo delle relazioni sociali, culturali e umane, che mira a favorire l'interscambio tra le diverse culture e civiltà presenti nell'area mediterranea.

Altra novità del partenariato è la "cooperazione orizzontale", che mira a coinvolgere nei processi di sviluppo e di cooperazione non solo i soggetti istituzionali, ma anche tutte le componenti della società civile. Sorge, allora, la necessità di far conoscere alla società civile i temi legati al Mediterraneo e le possibilità che la partnership offre, per permettere un suo pieno coinvolgimento nel processo di Barcellona.

Le università e tutti i centri che si occupano di ricerca sono il principale mezzo di collegamento tra le istituzioni dell'Unione Europea, il processo Euro-Mediterraneo e i cittadini. Se la promozione della conoscenza di tali tematiche non raggiunge livelli adeguati, il processo di Barcellona rischia di naufragare proprio nel suo aspetto più innovativo e più importante: lo sviluppo delle interrelazioni orizzontali tra società europee e società mediterranee. La conoscenza reciproca delle popolazioni che si affacciano sul "Mare Nostrum" è, inoltre, la necessaria premessa per avviare una reale azione di lotta ad ogni intolleranza, ad ogni razzismo e di promozione della cultura della convivenza pacifica tra culture diverse in un'area in cui attualmente "ci si guarda, ma con cui spesso non ci si riconosce".

Per rendere possibile la concretizzazione del concetto di partenariato culturale e sociale, necessario per incrementare la conoscenza tra i popoli, è indispensabile avviare un'opera di diffusione della conoscenza che può avvenire mediante l'apertura delle strutture di ricerca. Esse devono rendere fruibili i risultati del proprio lavoro non solo al mondo accademico, ma a tutti coloro che intendono partecipare a questo grande progetto che pone per la prima volta al centro del processo di sviluppo la società civile. Compito di quest'ultima è, inoltre, vigilare sulla reale applicazione dei principi innovativi che i governi hanno sancito nei documenti programmatici del processo di Barcellona. Il rischio che concetti chiave della nuova politica - quali la cooperazione orizzontale, la piena inclusione delle società nel processo di sviluppo, la promozione della reciproca conoscenza e del reciproco rispetto - rimangano lettera morta e che, quindi, il partenariato si evolva solo attraverso dinamiche che implicano la partecipazione dei soli soggetti istituzionali può essere evitato solo se si sviluppa una rete di controllo sociale che evidenzia le reali direttive di sviluppo del processo di Barcellona.

A tale scopo sono indirizzati due tipi di attività:

- a) promozione e sviluppo di ricerche tematiche riguardanti la partnership EuroMediterranea e il processo di Barcellona.
- b) assistenza a chiunque sia interessato a conoscere ed approfondire tali argomenti.

Gli strumenti utilizzati a tal fine sono tre:

- 1) Un archivio dei testi ufficiali della partnership Euro-mediterranea e del processo di Barcellona.
- 2) Un archivio bibliografico sulla partnership e su tematiche ad essa correlate, in continuo aggiornamento e consultabile anche in rete sul sito Web del centro.

I CONFERENZA DEL'EUROMED
“Strategie di mercato e sviluppo dell'Euromed”
Ente Autonomo Fiera dell'Ascensione
Francavilla F. 26 Maggio 2001

3) Collegamenti con i principali centri di ricerca sul Mediterraneo e con le istituzioni dell'Unione Europea.

Coloro che sono interessati a comprendere la realtà politica, economica e sociale dell'area mediterranea, per poter partecipare al processo in corso che vede l'Europa e la sponda sud del Mediterraneo avviare per la prima volta relazioni culturali e sociali, potranno usufruire di tali strumenti, con l'assistenza del personale del centro servizi Ente Fiera 2000.

Il centro è destinato ad organizzare e coordinare, inoltre, una serie di iniziative che mirano a coinvolgere il mondo accademico italiano e straniero nelle sue attività.

Il centro servizi "EuroMed" fornirà, inoltre, un servizio di sportello su altre due tematiche: l'Europa dei cittadini e la Cooperazione allo sviluppo.

L'Europa dei cittadini è un programma attivato dal parlamento europeo con il proposito di rafforzare i legami tra le istituzioni dell'Unione Europea e cittadini europei. Lo sportello "EPICOR" del centro EuroMed vuole fornire tutta la documentazione necessaria per far conoscere ai cittadini europei ciò che l'Europa può fare per loro e ciò che essi possono fare per l'Europa. Lo sportello ha un contatto diretto, via E-mail, con l'ufficio di corrispondenza EPICOR del parlamento europeo che, su richiesta, fornisce i documenti ufficiali emessi delle Istituzioni. Presso la sede del Centro EuroMed è stato inoltre costituito un archivio che contiene i principali documenti ufficiali dell'UE, l'Eurobarometro, la Gazzetta Ufficiale serie C e L e una selezione di articoli e lavori scientifici sul sistema politico dell'UE. I servizi di questo sportello sono diretti a studenti e studiosi delle università, ma anche agli studenti e ai professori delle scuole secondarie e a tutti coloro che per motivi di lavoro, studio o interesse personale vogliono interessarsi alle tematiche dell'integrazione.

Lo sportello ESPERIA è invece dedicato alle tematiche della cooperazione allo sviluppo. In collaborazione con l'istituto di cooperazione universitaria, lo sportello si propone di far conoscere agli studenti universitari e al mondo accademico le opportunità e le possibilità che la cooperazione allo sviluppo offre a quanti sono interessati a partecipare come volontari o cooperanti ai programmi di aiuto allo sviluppo attivati dal Ministero degli esteri italiano e dalle organizzazioni governative e non governative che operano in questo campo. Tutti coloro che desiderano avere informazioni su borse di studio, master e corsi post-laurea sullo sviluppo, campi di lavoro nei PVS, possibilità di svolgere il servizio civile internazionale in un programma di cooperazione, troveranno informazioni presso lo sportello ESPERIA.

6- "Il Partenariato euromediterraneo"

Com'è nato il partenariato euromediterraneo?

La politica dell'Unione europea nei confronti della regione del Mediterraneo e del Medio Oriente trova sostanzialmente origine negli anni '70: a seguito dello scoppio della guerra dello Yom Kippur tra Israele ed i suoi vicini arabi ed il conseguente embargo petrolifero applicato dai produttori arabi, nel novembre 1973, gli Stati membri, attraverso una risoluzione emanata nel quadro della Cooperazione politica europea, si dichiararono a favore di una rapida conclusione del conflitto nel Medio Oriente. Nel 1976-1977 furono conclusi, nell'ambito della "politica globale mediterranea", accordi di cooperazione di validità illimitata con tutti i paesi del bacino meridionale ed orientale del Mediterraneo, corredati da protocolli finanziari, ciascuno di durata quinquennale.

Quando è nato ufficialmente il partenariato EuroMed?

I CONFERENZA DEL'EUROMED
“Strategie di mercato e sviluppo dell'Euromed”
Ente Autonomo Fiera dell'Ascensione
Francavilla F. 26 Maggio 2001

Si può affermare che la Conferenza di Barcellona del 27-28 novembre 1995 ha varato il progetto di partenariato euromediterraneo. Alla Conferenza parteciparono tutti gli Stati membri dell'UE e gli Stati del bacino del Mediterraneo (con l'eccezione della Libia), comprese la Giordania e le Autorità palestinesi dei territori autonomi, nonché l'Albania ed i paesi della ex Jugoslavia

Su cosa si fonda il partenariato euromediterraneo?

Le relazioni euromediterranee si basano su tre pilastri:

- Un partenariato di sicurezza tra i paesi partecipanti, che deve essere instaurato grazie ai meccanismi della composizione pacifica dei conflitti, al controllo degli armamenti e all'applicazione di altri principi;
- Rafforzare le relazioni commerciali interregionali, al fine di creare una zona di libero scambio nel bacino euromediterraneo entro l'anno 2010. In tal modo si creerebbe la più grande zona di libero scambio al mondo con oltre 600 milioni di potenziali consumatori;
- Estendere il partenariato agli aspetti sociali e culturali.

Quali sono i paesi terzi partner mediterranei?

I Paesi sono 12: Algeria, Cipro, Egitto, Israele, Giordania, Libano, Malta, Marocco, Siria, Tunisia, Turchia, Territori occupati di Gaza e Cisgiordania.

Quali sono gli strumenti finanziari del partenariato EuroMed?

Il programma comunitario denominato MEDA sostiene le misure di accompagnamento delle riforme socioeconomiche nei 12 paesi terzi mediterranei. Il programma MEDA ha la sua base normativa nel Regolamento (CE) 1488/96 del Consiglio del 23 luglio 1996. Il programma prevede azioni di sostegno: alla transizione economica di tali paesi e all'istituzione di una zona euromediterranea di libero scambio; al raggiungimento di un miglior equilibrio socioeconomico; alla cooperazione regionale e transfrontaliera. Il programma è destinato a tutte le persone fisiche e giuridiche dei paesi mediterranei, in particolare alle autorità nazionali e regionali. L'importo di riferimento finanziario nel periodo 1995-1999 ammonta a 3425,5 milioni di ECU sotto forma di aiuti non rimborsabili e capitali di rischio gestiti dalla BEI. A questi vanno aggiunti i prestiti supplementari della BEI che ammontano a 2310 milioni di ECU per il periodo 1997-1999.

Attualmente il programma MEDA si trova in una fase di profonda revisione.

Il programma Euromed finanzia,anzitutto, la realizzazione di progetti finalizzati a promuovere iniziative di cooperazione regionale riguardanti il patrimonio culturale euromediterraneo. L'obiettivo specifico è di rafforzare la capacità dei paesi mediterranei di gestione e valorizzazione del proprio patrimonio culturale con priorità data ai processi di apprendimento, allo scambio di esperienze e alla sperimentazione, al fine di creare delle condizioni favorevoli per la tutela e lo sviluppo del patrimonio culturale.

La seconda fase del programma Euromed persegue la strategia definita in seno alle riunioni ministeriali di Bologna e Rodi, nei tre settori specifici di intervento nell'ambito del patrimonio culturale: *la conoscenza, le risorse umane, la messa in valore.*

A. La Conoscenza

I CONFERENZA DEL'EUROMED
“Strategie di mercato e sviluppo dell'Euromed”
Ente Autonomo Fiera dell'Ascensione
Francavilla F. 26 Maggio 2001

Al fine di promuovere la coscienza e la conoscenza del patrimonio, i progetti dovranno mirare a

- promuovere il patrimonio, la conoscenza della sua ricchezza e diversità, attraverso la diffusione dei mezzi di interpretazione e comunicazione;

- sensibilizzare il grande pubblico rispetto alla coscienza del patrimonio come mezzo di identità culturale, strumento di dialogo e testimone delle radici culturali comuni della regione;
- sviluppo dei sistemi comuni di informazione e di comunicazione, attraverso l'utilizzo di nuove tecnologie.

I progetti dovranno incentrarsi sui tre aspetti specifici della conoscenza: la ricerca, la comunicazione e l'inventario.

- La ricerca: i progetti dovranno privilegiare la diffusione delle metodologie e dei risultati tra le istituzioni della regione, lo scambio di esperienze, l'appoggio alla creazione o allo sviluppo delle reti regionali di istituzioni scientifiche.

- La comunicazione: i progetti dovranno incentrarsi sull'informazione e l'accesso al grande pubblico attraverso iniziative di promozione di manifestazioni comuni e l'utilizzo di reti regionali di informazione.

- L'inventario del patrimonio materiale e immateriale attraverso l'omologazione e l'armonizzazione su scala regionale, per permettere a tutte le istituzioni mediterranee di condividere metodologie, tecniche e programmi per la gestione e l'utilizzo delle informazioni. In particolare, i progetti potranno prevedere lo sviluppo e la sperimentazione nella regione di sistemi informatizzati applicati alla catalogazione e alla cartografia tematica.

B. Le risorse umane

In materia di formazione, il programma Euromed II si articolerà attorno alle seguenti priorità:

- carattere regionale dei progetti di formazione. I bisogni e le priorità dovranno essere definiti in rapporto all'insieme dei partners mediterranei;
- innovazione dei sistemi di formazione, rispetto all'evoluzione delle conoscenze, ai bisogni di protezione e di conservazione, e alla richiesta di messa in valore di patrimonio;
- appoggio alle istituzioni e alle attività già esistenti, alle attività di formazione dei formatori, di scambio di esperienze, di proposta di metodi innovativi.

I progetti dovranno realizzarsi attraverso:

- assistenza metodologica;
- promozione di scambi di esperienza;
- incoraggiamento della partecipazione di studenti ai corsi esistenti;
- scambi di insegnanti tra istituti di formazione;
- facilità nell'accesso alla documentazione, all'acquisizione dei mezzi didattici, software e hardware;
- realizzazione e programmazione di attività specifiche che facciano parte dei progetti di sviluppo.

C. La messa in valore

La gestione del patrimonio è uno degli obiettivi principali del programma Euromed. In quanto fattore di sviluppo durevole, il patrimonio deve essere integrato nell'ambito delle strategie nazionali e multinazionali, a livello di pianificazione economica, di organizzazione regionale, del turismo.

I progetti proposti dovranno dare la priorità a:

- programmazione e gestione integrata della messa in valore del patrimonio a livello locale e regionale;
- promozione del patrimonio nei settori economici di riferimento (turismo, opere di conservazione e restauro, servizi di comunicazione);
- promozione degli investimenti pubblici e privati.

La durata del progetto non deve essere superiore a 36 mesi.

I CONFERENZA DEL'EUROMED
“Strategie di mercato e sviluppo dell'Euromed”
Ente Autonomo Fiera dell'Ascensione
Francavilla F. 26 Maggio 2001

Soggetti ammissibili

Per essere ammessi a beneficiare di un aiuto non rimborsabile, i candidati devono soddisfare i seguenti requisiti:

- non avere fini di lucro;
- essere operatori del settore pubblico o privato, organizzazioni non governative, istituti di ricerca, università;
- associazioni culturali o enti locali;
- avere la sede all'interno dell'Unione europea o in un paese beneficiario citato nella linea di bilancio nell'ambito della quale viene finanziato il progetto;
- essere direttamente responsabili della preparazione e della gestione del progetto e non svolgere funzioni di intermediazione;
- i candidati devono formare un consorzio con le organizzazioni partner.

Condizioni di presentazione

Le candidature possono essere presentate soltanto da organizzazioni appartenenti ad almeno 2 paesi dell'Unione europea e da un gruppo di organizzazioni dei paesi mediterranei in cui è rappresentato il maggior numero possibile di partner mediterranei. I partner cui appartengono i candidati devono soddisfare i medesimi criteri di ammissione previsti per i candidati.

L'area geografica interessata dalle proposte di progetti dovrebbe corrispondere all'intera area mediterranea o ad una subregione.

7-Perché deve impegnarsi la Società civile

Il concetto di partenariato tra l'Unione Europea e i Paesi mediterranei, così come espresso nelle Dichiarazioni di Barcellona e Malta, risponde alla necessità di realizzare uno spazio di cooperazione e rispetto reciproco per il benessere di un'area scossa da tensioni e conflitti di varia natura. Ma perché questo avvenga, affinché possa incidere sul contesto socioeconomico dei Paesi implicati, al di là delle relazioni e degli accordi intergovernativi, è fondamentale che siano i rappresentanti della società civile dei vari Paesi ad intervenire e partecipare attivamente alla promozione di progetti comuni per il futuro.

Saranno dunque i responsabili del mondo culturale, politico, religioso, dell'università, della ricerca, dei mezzi di comunicazione, delle associazioni, dei sindacati e dell'impresa pubblica e privata a potenziare ed attuare gli strumenti necessari a una cooperazione decentralizzata, che favorisca gli scambi tra gli attori dello sviluppo nel contesto delle legislazioni nazionali.

La società va strutturata sulla base delle responsabilità delle istituzioni, ma soprattutto dei singoli individui. La società civile può e deve rappresentare uno stimolo alla realizzazione di progetti capaci di superare ogni sorta di integralismo attraverso la creazione di nuovi punti di riferimento comuni.

8-Obiettivo della Conferenza Programmatica dell'Euromed

L'obiettivo è quello di promuovere, da un osservatorio quale è l'Italia, un impegno che consideri la cultura, la ricerca e la cooperazione fattori essenziali di sviluppo per il futuro dell'Europa e del Mediterraneo e di contribuire alla costruzione del processo di costruzione della scena euromediterranea.

L'Italia è la naturale "cerniera" di collegamento tra l'Europa ed il Mediterraneo ed è fondamentale il suo rapporto con i problemi specifici riferibili alla sua posizione storico-geografica nel bacino, nonché alle relazioni con i Paesi mediterranei appartenenti alla sua area di influenza. Con la sua posizione "baricentrica", l'Italia ha una grande responsabilità: investire risorse pensando al futuro e al suo ruolo nell'ambito dell'area mediterranea ; dedicare la sua attenzione non solo alla cooperazione politica ed

I CONFERENZA DEL'EUROMED
“Strategie di mercato e sviluppo dell'Euromed”
Ente Autonomo Fiera dell'Ascensione
Francavilla F. 26 Maggio 2001

economica, ma soprattutto a quella culturale, attivando progetti capaci di avvicinare le due sponde del Mediterraneo attraverso la valorizzazione delle diverse identità culturali. La Conferenza dell'Euromed, che oggi celebriamo, permetterà di mobilitare gli attori sociali della società civile dell'Italia e dei principali Paesi che si affacciano sul Mediterraneo, focalizzando l'attenzione su alcuni grandi problemi che attanagliano il bacino ed individuare le possibili soluzioni, ma soprattutto favorire il dialogo tra le popolazioni e rafforzare i sentimenti di amicizia plurisecolari tra i cittadini della UE ed i popoli del Mediterraneo.

****Mario Pavone**
Managing Director Studio P sas
Agenzia di Promozione dello Sviluppo delle Imprese
dell'Area Jonico-Salentina

INDICE

1-Introduzione

2-I soggetti fornitori di servizi

3-L'evoluzione dei contenuti dei servizi

4-Le modalità di erogazione dei servizi

5-Il nuovo mercato dell'EUROMED

6-Il Partenariato euromediterraneo

7-Perchè deve impegnarsi la Società civile

8-Obbiettivo della Conferenza programmatica dell'Euromed