

**ASSEMBLEA PARLAMENTARE DEL MEDITERRANEO (APM)  
12/13 NOVEMBRE 2010**

**Napoli e il Mediterraneo: il punto di vista dell'Unione  
Industriali di Napoli**

**Centro Studi**



Unione degli Industriali della Provincia di Napoli  
80121 Napoli, Piazza dei Martiri, 58  
Telefono 081 5836111 Telefax 081 413462  
[www.unindustria.na.it](http://www.unindustria.na.it)  
Codice Fiscale 80012990638 c.c.p. 21066808

Il Mediterraneo è simultaneamente area di contrasti sociali, economici e culturali ma, allo stesso tempo, è anche uno spazio caratterizzato da forte dinamismo commerciale e interessanti interdipendenze geo-economiche, tra la sponda nord e la sponda sud, che delineano vincoli e opportunità per un processo di integrazione avviato oltre venti anni fa e che, tuttavia, stenta ancora a decollare.

L'area del Mediterraneo è di grandissimo interesse per le imprese italiane, grazie agli alti tassi di crescita economica, al risveglio di un'interessante imprenditoria privata con la quale stabilire proficue partnership e, ovviamente, per la posizione baricentrica della nostra Penisola ed in particolar modo del nostro Mezzogiorno. L'Italia è uno dei più importanti partner commerciali dei PTM (sia come paese esportatore sia come paese importatore) ma, certamente, non lo è come livello degli investimenti complessivi.

L'integrazione economica e sociale nel Mediterraneo, iniziata nel 1995 con il Processo di Barcellona a livello europeo, e con la Conferenza di Lisbona dell'APM a livello regionale, è dunque una grande occasione che Napoli deve saper cogliere nel suo percorso di rilancio. La città deve costruire il suo profilo strategico in tale area, cercando di puntare su un rilancio complessivo della sua immagine che le consenta di riposizionarsi meglio nella percezione degli operatori stranieri, cercando, allo stesso tempo, di diventare un importante nodo di una rete più ampia, impegnato a stimolare relazioni attraverso i propri punti di forza, tra i quali *qualità ed eccellenze*. In tal senso la Campania, ed in particolar modo la città di Napoli, risultano meglio posizionate rispetto alle medie nazionali nella **dotazione infrastrutturale** - si pensi ad esempio al ruolo che potrebbero giocare i due interporti di Nola e Marcianise, unitamente al Porto di Napoli, nella piattaforma logistica del Mediterraneo; - reti infrastrutturali di interconnessione, queste ultime necessarie per il trasferimento dei flussi di merci, persone e fattori della produzione.

La nostra area metropolitana resta forte in alcuni **settori industriali** che sono ormai da tempo **eccellenze produttive** - si pensi al settore agroalimentare, della cantieristica navale, all'attività armatoriale, al settore aerospaziale, al packaging, al settore dell'automotive; oltre alla possibilità della stessa Città di esportare **competenze**

**scientifiche** in settori quali le biotecnologie, le scienze dei materiali, **competenze professionali** – quale “sapere” strumentale alle stesse attività produttive - nonché **capitale umano**. Essere un territorio fatto da piccole e medie imprese talvolta può essere uno svantaggio talvolta, come in questo caso, essere un vantaggio soprattutto per chi collabora perché è possibile istituire una partnership paritetica tra un’impresa locale piccola, in via di sviluppo, e un’impresa italiana che è piccola perché questa è la sua dimensione. Sono dunque fondamentali questi due aspetti dell’impresa campana: la nostra tipologia industriale fatta di un’economia reale, agricola, agroindustriale e manifatturiera e la nostra dimensione industriale fatta di piccole e medie imprese internazionali.

In questo modo si promuoverebbe quello che il territorio napoletano sa veramente “fare”. Allo stesso tempo, però, è necessario che Napoli abbia un progetto chiaro sul suo ruolo nello spazio Mediterraneo, con poche azioni ma concrete, accompagnate da politiche pubbliche conseguenti che vanno in questa direzione.

Tutto ciò a partire dal dato che il motore dello sviluppo, oggi, non è più rappresentato prevalentemente dagli Stati bensì dalle grandi aree metropolitane.

Bisogna puntare su settori strategici, moderni, ad elevato valore aggiunto: innanzitutto le infrastrutture immateriali, la filiera delle comunicazioni moderne, la banda larga, la connessione veloce, le reti di seconda generazione. Da questo punto di vista, è proprio il ritardo accumulato che potrebbe ribaltare le condizioni competitive, trasformandole in vantaggio per una moderna e innovativa imprenditoria desiderosa di puntare su una semplice ma ambiziosa idea: fare del Sud Italia l’hub connettivo dell’area euromediterranea. Per promuovere nel concreto tutto ciò, è necessario che le PMI si aggregino, secondo le più varie forme, in filiere o reti di impresa sia verticali che orizzontali e che si organizzino e realizzino investimenti in partnership pubblico-privato.

A corredo di ciò va aggiunto il tema della comunicazione digitale e dei new media, assolutamente strategico in un bacino di oltre 460 milioni di persone, di cui 160 milioni quotidianamente connessi in rete.

Il mercato delle nostre imprese potrebbe, in questo campo ma non solo, attestarsi così su una idea di sviluppo nuova, creativa, dove la “prossimità culturale” - oltre che geografica - diviene elemento vero di agevolazione nella capacità non semplicemente “di intercettare nuovi mercati”, bensì di “creare ricchezza insieme” , nel solco del concetto di “co-ownership”, sia sotto il profilo economico sia sotto il profilo politico.

Accanto, quindi, al tradizionale import/export generalista, decidiamo di investire su filiere nuove: tlc, ict, servizi avanzati, impresa culturale, innovazione tecnologica applicata alla comunicazione ed alle reti.

Aggiungiamo l’idea della realizzazione di un “brand mediterraneo” che, facendo leva sulle emozioni e la forte tradizione culturale dell’area, possa riuscire a divenire chiave d’accesso per i nostri prodotti in mercati più vasti.

Alla tradizionale diplomazia economia è, infatti, sempre più necessario che si affianchi una “diplomazia culturale” in grado di puntare sulla rivitalizzazione di “un’anima” mediterranea.

Ecco perché le partnership tra università delle due sponde, gli scambi di esperienze e buone pratiche, i gemellaggi tra comuni e regioni, i comuni sforzi nella costruzione di percorsi di alta formazione e specializzazione, le comuni modalità di implementazione e diffusione di politiche per il trasferimento tecnologico divengono, tutti, importanti al pari degli già sperimentati accordi economici tra governi.

Su questo terreno, il prossimo Forum Universale delle Culture 2013 rappresenta un grande appuntamento.

Non esiste nella storia un’area che è realmente integrata dal punto di vista economico, senza che essa abbia anche altrettanto forti interconnessioni culturali, antropologiche, storiche.

Non si possono infine non menzionare altri due cluster particolarmente interessanti e ricchi di implicazioni positive per lo sviluppo dell’imprenditoria napoletana, quali il Made in Italy - dall’abbigliamento al design - e l’offerta turistica.

Infine, il grande capitolo “energia” ed “ambiente”. Possono le “due sponde” del Mediterraneo lavorare insieme ad un nuovo piano che – dalle rinnovabili alla green economy, dall’efficientamento delle reti alle nuove energie sostenibili – aiuti l’intera area euromed anche nell’interlocazione con attori come i Paesi arabi e la Russia?

E quale può essere il ruolo del Mezzogiorno di Italia in un simile scenario?

È su questi temi che si giocano le possibilità di successo della città di Napoli nel costruire una nuova stagione di relazioni economico - culturali con il bacino Mediterraneo, ed è sempre su questo terreno che si deve rilanciare l’immagine della nostra città in campo nazionale ed internazionale.

Tutto ciò per noi significa anche ridefinire una mission produttiva per la città, e farlo all’interno di un contesto più ampio: il Mezzogiorno, l’Europa, il Mediterraneo.

A questo fine, l’Unione Industriali di Napoli crede che sia opportuno continuare il partnerariato con l’APM e, usando la piattaforma parlamentare quale strumento di promozione di Napoli nella regione, propone di ospitare lo stesso tra due anni per un’altra riunione operativa.

Il Presidente

*Giovanni Lettieri*

Il Vice Presidente con delega all’Internazionalizzazione

Membro Comitato Centrale per l’Internazionalizzazione - Confindustria

*Paolo Scudieri*

*Hanno partecipato al gruppo di studio coordinato dal Centro Studi dell’Unione Industriali di Napoli :*

*Francesco Caia, Michele Capasso, Giuseppe Castaldi, Giancarlo Lanna, Michele Mezza, Luigi Mascilli Migliorini,*

*Luisa Pezone, Riccardo Resciniti, Cosimo Risi.*