

Dopo le elezioni. Nuove opportunità di business in un paese in crescita dell'8,9%

Dall'energia alle costruzioni le Pmi rilanciano sulla Turchia

Caltagirone (Cementir): «Investiti 60 mln sulla gestione rifiuti»

PAGINE A CURA DI
Serena Riselli

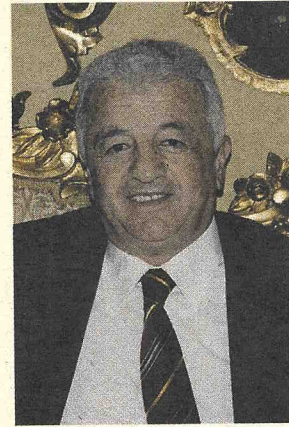
■ Crescono le opportunità di investimento per le imprese laziali in Turchia e Albania. Mercati emergenti ed interessanti per la posizione geografica nel bacino del Mediterraneo e per la vicinanza con l'Italia, questi due paesi hanno fatto registrare dei dati positivi per l'import ed export laziale in settori chiave come quello dell'edilizia, dei macchinari e il comparto chimico. Nel 2010, ad esempio, l'export del Lazio verso la Turchia è cresciuto più del 10% rispetto allo stesso periodo del 2009, passando da 235 milioni di euro a oltre 260 milioni. Un interscambio favorito dalla stabilità politica del paese, ribadita dalle elezioni dello scorso fine settimana, che hanno confermato la vittoria del partito del premier Recep Tayyip Erdogan. Volumi minori, ma crescita più alta, per l'export verso l'Albania, che sempre lo scorso anno è passato da 24,5 milioni a poco meno di 28 milioni, con una crescita del 12,8%.

In Turchia, i settori principali sono i macchinari, l'automobilistico, il tessile, ma anche l'edilizia e il comparto chimico. Nell'ultimo triennio l'interesse si è spostato su ambiente, energia rinnovabile, telecomunicazioni, infrastrutture, difesa e trasporti. «Il nostro Paese rappresenta un mercato alternativo affidabile - conferma l'ambasciatore della Repubblica di Turchia in Italia, S. E. Hakki Akil - e può aiutare le imprese laziali a mantenere saldi i loro clienti, le vendite e i margini di profitto. Oggi la Turchia ha qualcosa da offrire ad ogni azienda, indipendentemente dalle sue dimensioni». Anche per questo circa 800 aziende, sia laziali che di altre regioni d'Italia, dall'Alenia Aeronautica all'Eni, passando per Astaldi e Alitalia, sono sbarcate sulle coste turche. Tra queste c'è anche la Cementir Holding, che produce cemento e calcestruzzo, presente in Turchia dal 2001: «Abbiamo un'esperienza decennale in questo paese dove abbiamo investito, fino ad oggi, circa 200 milioni di euro»



Cementir holding. Il presidente Francesco Caltagirone jr

spiega il presidente, Francesco Caltagirone Jr. Un connubio, quello con la Turchia, che continua con grande successo, grazie anche agli ottimi risultati di crescita del Paese, che nel 2010 ha fatto registrare un +8,9% e si è confermato una delle economie più dinamiche al mondo: «La Turchia è oggi uno dei paesi che ci dà i migliori risultati - aggiunge Caltagirone - tanto che abbiamo iniziato a differenziare la nostra offerta, investen-



L'ambasciatore turco in Italia. S.E Hakki Akil

do nella gestione e nel trattamento dei rifiuti. Abbiamo un programma che nei prossimi tre anni porterà ad investire 60 milioni in questa attività». E chi ha dei pregiudizi su questi paesi, farebbe bene a metterli da parte. Secondo Caltagirone: «Non abbiamo riscontrato difficoltà particolari nei rapporti commerciali con la Turchia, se non quelli che si hanno con tutti gli altri paesi esteri. Anzi oggi è più facile realizzare qualco-

sa in Turchia che in Italia». Inoltre la situazione dei paesi Nord-africani, rende più appetibili questi mercati, considerati più stabili e strutturati.

Una valutazione condivisa anche da Fabrizio Pucciarelli, direttore generale della Inso, azienda specializzata nell'edilizia ospedaliera e fornitura di apparecchiature elettromedicali. «In Albania ad esempio, siamo presenti dal 2007, quando abbiamo partecipato ad alcuni appalti, ma soprattutto abbiamo realizzato l'ospedale Madre Teresa di Calcutta, la struttura più moderna che c'è attualmente nel Paese». Un mercato, quello albanese, non grandissimo ma che comunque offre opportunità a 400 aziende italiane: «Stiamo seguendo nuovi progetti sempre nel settore ospedaliero - conclude Pucciarelli -. In Turchia, invece, abbiamo appena vinto la prima gara d'appalto di un programma più ampio, che prevede la costruzione di una ventina di ospedali nel Paese. Per questo primo progetto investiremo 330 milioni». Per quanto riguarda le difficoltà di operare in un mercato di questo tipo, il direttore generale della Inso si ritiene fortunato: «Il nostro committente, sia in Albania che in Turchia, è il ministero della sanità e quindi non abbiamo avuto grossi problemi. Non nascondo che operando su altri progetti, totalmente locali o finanziati localmente, l'attività possa essere un po' più difficoltosa».

L'INTERSCAMBIO

+10%

Vendite in Turchia

L'export del Lazio verso Ankara ha raggiunto nel 2010 i 260 milioni, rispetto ai 235 del 2009

76,5 milioni

Prodotti petroliferi

Il valore assoluto è la tipologia di merce più venduta dal Lazio in Turchia, anche se sono stati nel 2010

+874%

Macchinari

Sono il prodotto esportato dal Lazio che ha registrato l'incremento maggiore nel 2010.

64%

La quota della capitale

L'area romana è responsabile di quasi due terzi delle vendite in Turchia dei prodotti laziali

+300%

L'export di Viterbo

La Tuscia è la provincia laziale che nel 2010 ha registrato l'incremento maggiore delle vendite in Turchia

+18,6%

Import dalla Turchia

È la crescita 2010 degli acquisti di prodotti turchi effettuata dal Lazio. Al primo posto, con 22 milioni, ci sono gli articoli di abbigliamento