

**ECONOMIA DEL MARE
E PROCESSI
D'INTERNAZIONALIZZAZIONE**

**Verso una rete transnazionale
per il Mediterraneo**

**a cura di
Bernardino Quattrocchi**

**con contributi di
N. Di Paolo, G.F. Esposito,
R. Midoro, E. Nobili,
A. Ricciardi, C. Sala,
F. Ulgiati**



Assocamerestero

Associazione delle Camere
di Commercio
Italiane all'Estero



CUEIM

**ECONOMIA DEL MARE
E PROCESSI
D'INTERNAZIONALIZZAZIONE**

**Verso una rete transnazionale
per il Mediterraneo**

**a cura di
Bernardino Quattrococchi**

**con contributi di
N. Di Paolo, G.F. Esposito,
R. Midoro, E. Nobili,
A. Ricciardi, C. Sala,
F. Ulgiati**

FrancoAngeli

Copyright © 2011 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Presentazione , di <i>Augusto Strianese</i>	pag. 9
Introduzione , di <i>Bernardino Quattrociochi</i>	» 12
1. La tutela strategica del Mediterraneo , di <i>Nino Di Paolo</i>	» 17
Premessa	» 17
1. Analisi del contesto operativo	» 18
2. Le linee d'indirizzo strategico dell'Unione Europea: l'adozione di politiche marittime integrate	» 20
3. Il progetto di partenariato globale con i paesi del Mediterraneo	» 21
4. La sicurezza del Mediterraneo ed il ruolo della Guardia di Finanza	» 22
5. Conclusioni	» 25
2. Distretti e reti di imprese. Vantaggi competitivi per il sistema industriale italiano , di <i>Antonio Ricciardi</i>	» 27
1. Definizione e caratteristiche dei distretti industriali in Italia	» 27
2. I distretti industriali: un fenomeno in evoluzione	» 33
3. I distretti in Italia: un'analisi quantitativa	» 44

4. Le strategie dei distretti per fronteggiare la crisi e agganciare la ripresa	pag. 53
5. Dai distretti industriali alle reti di imprese	» 58
Conclusioni	» 66
3. I sistemi nautici tra crisi e opportunità. L'esperienza della provincia di Pesaro e Urbino, di <i>Elisa Nobili</i>	» 72
Premessa	» 72
1. Nautica da diporto e aree territoriali in Italia	» 72
2. L'esperienza della Regione Marche	» 76
3. Le peculiarità del sistema nautico pesarese	» 79
3.1. Le imprese di fase	» 82
3.2. Le imprese terminali	» 83
4. Il confronto con il sistema nautico del Viareggino	» 86
5. Il sistema nautico locale e la crisi economica-finanziaria	» 88
6. Linee evolutive e proposte di intervento a favore dello sviluppo del sistema nautico pesarese	» 92
6.1. Promozione dell'aggregazione tra gli operatori	» 93
6.2. Promozione dell'innovazione tecnologica	» 94
6.3. Conservazione delle professionalità e formazione del capitale umano	» 96
6.4. Sviluppo infrastrutturale e potenziamento dell'offerta di servizi al diportista	» 96
6.5. Maggiore attenzione alle prospettive di mercato e allo sviluppo della strategia di offerta	» 97
7. Riflessioni conclusive	» 98
4. La nautica da diporto. Tendenze e prospettive di sviluppo, di <i>Renato Midoro</i>	» 101
5. Dinamiche evolutive di un sistema produttivo locale. Il caso della cantieristica navale e nautica da diporto in provincia di Latina, di <i>Bernardino Quattrociochi e Fabio Ulgiati</i>	» 107
Premessa	» 107
1. L'emergere dell'economia distrettuale	» 109

2. L'economia dei contesti locali: analisi economiche e profili giuridici	pag. 115
3. Il Sistema Produttivo Locale della cantieristica navale e nautica da diporto della provincia di Latina	» 123
6. La nautica italiana e le reti fiduciarie per la promozione sui mercati internazionali: il contributo delle Camere di Commercio Italiane all'Estero, di Gaetano Fausto Esposito e Camilla Sala	» 139
1. Introduzione	» 139
2. La filiera della nautica italiana	» 140
2.1. Alcuni cenni sulle caratteristiche strutturali	» 140
2.2. La vocazione all'export	» 142
3. Alcune considerazioni sulle sfide della nautica italiana dinanzi alla crisi	» 145
4. Caratteristiche strutturali e azioni di promozione	» 147
5. Un approfondimento sul concetto di "valore sociale" del prodotto	» 149
6. La peculiare composizione delle produzioni <i>Made in Italy</i>	» 151
7. Le forme di relazionalità	» 153
7.1. La relazione con la clientela	» 155
8. Cosa sono e a cosa servono i network fiduciari	» 155
8.1. Le caratteristiche delle reti fiduciarie	» 156
8.2. I principali connotati dei soggetti fiduciari	» 158
9. Una politica promozionale della nautica all'estero attraverso le reti fiduciarie	» 159
9.1. Natura e caratteristiche delle Camere di Commercio Italiane all'Estero	» 161
9.2. Il contributo delle Camere di Commercio Italiane all'Estero alla promozione della nautica italiana: qualche spunto di riflessione	» 163
Bibliografia generale	» 169

Presentazione

di Augusto Strianese*

Spesso quando si parla di *Made in Italy* ci si sofferma sui settori tradizionalmente ritenuti più evocativi, quali agroalimentare, moda e arredo, dimenticando comparti che nel corso degli anni hanno acquisito una *leadership* a livello mondiale come la nautica da diporto.

La nautica italiana, infatti, è espressione di una filiera fortemente integrata, in grado di soddisfare nuovi *trend* di consumo, non solo in termini di prestazione delle imbarcazioni ma anche per la ricercatezza e il gusto di accessori e componenti.

Questi sono gli elementi che fanno della nautica un emblema dell'eccellenza *Made in Italy* nel mondo, espressa non solo dai grandi *player globali*, ma anche da cantieri di minori dimensioni, che hanno saputo mantenere e ampliare i margini di profitto.

La capacità competitiva del settore appare però messa alla prova dall'attuale crisi economico-finanziaria. Oggi per la nautica la sfida è conservare intatta la qualità dei propri prodotti ed elaborare delle politiche di marketing adeguate al nuovo contesto internazionale in cui le imprese si trovano ad operare. Oltre all'investimento sul prodotto, diventa essenziale ampliare i mercati di riferimento, definendo per ogni realtà le azioni più efficaci da implementare e sensibilizzando il consumatore locale riguardo le valenze del prodotto che si intende promuovere.

L'azione di promozione della nautica consente quindi di sperimentare, da un lato iniziative di supporto a una vera e propria "filiera", dall'altro di cimentarsi con un ambito del *Made in Italy* che ha proprie caratteristiche peculiari.

* Presidente dell'Associazione delle Camere di Commercio Italiane all'Estero.

In questo campo, le Camere di Commercio Italiane all'Estero (CCIE) rappresentano degli interlocutori di primo riferimento per gli operatori economici e i soggetti locali, bisognosi di essere orientati attraverso un supporto personalizzato, puntuale e affidabile verso il prodotto più rispondente alle loro esigenze.

Le CCIE nascono e si sviluppano sui territori esteri come associazioni di imprese italiane e locali-estere, sorte come momento di aggregazione delle comunità d'affari italiane e nel tempo organizzatesi come strutture in grado di fornire un apporto peculiare all'internazionalizzazione delle PMI italiane.

In considerazione delle loro caratteristiche strutturali e modalità organizzative, le Camere possono offrire un sostegno fondamentale nel promuovere all'estero la filiera nautica e all'individuazione del bacino di utenza più sensibile al prodotto italiano.

Innanzitutto, il settore è a forte presenza di piccole e medie imprese, che non solo rappresentano gran parte della base associativa delle Camere, ma – trattandosi di associazioni di imprenditori che, grazie alla loro esperienza, offrono servizi ad altri imprenditori – il principale target di riferimento della loro attività di assistenza.

In altri termini, le CCIE possono svolgere quella che nella filiera della nautica viene chiamata attività di brokerage, ovvero l'individuazione di partner affidabili sui territori esteri, di canali di distribuzione adeguati e di fornitori che possano collocarsi all'interno del processo produttivo e/o assicurare assistenza nella fase post vendita, spesso la più delicata e determinante nell'acquisto di un'imbarcazione; gestire il follow up dei primi contatti stabiliti in occasione di manifestazioni fieristiche internazionali e svolgere così una continuativa azione promozionale.

La complessità della filiera nautica – in cui diversi sono gli attori coinvolti e i ruoli che esercitano all'interno della catena produttiva – si traduce nella realizzazione di beni altrettanto complessi, fortemente simbolici ed evocativi come gli yacht che necessitano quindi di azioni di sensibilizzazione integrate di tipo culturale e di *business*.

Per questo diventa cruciale che il consumatore estero riesca a comprendere il “valore sociale” del bene e il contesto di riferimento, a leggerne e interpretarne le evoluzioni.

In particolare nei paesi emergenti, diventa importante anche diffondere in maniera mirata la “cultura del mare”, che rappresenta il

tratto distintivo di una determinata tradizione in una data società, in modo da incrementare l'acquisto di prodotti.

Per questo motivo, le Camere possono esercitare nei paesi in cui operano una funzione di “decodifica multilaterale” della tradizione e dei valori intrinseci al prodotto, trasmettendo al tempo stesso gli *input* provenienti dai loro mercati di riferimento, che possono contribuire a migliorare struttura e performance dell'imbarcazione.

La capacità di lettura di un contesto internazionale in continua evoluzione e dei cambiamenti che inevitabilmente innesca nella clientela rende dunque la rete delle CCIE un soggetto di promozione in grado di aprire nuovi scenari di sviluppo per la nautica italiana e di sostegno all'estensione della filiera al di fuori dei confini nazionali, soprattutto sui mercati esteri, il cui contributo è ancora più strategico in un momento di profonda incertezza per imprenditori e consumatori come quello attuale.

Introduzione

*di Bernardino Quattrocioni**

L'economia del mare rappresenta in Italia uno dei principali vettori di sviluppo, in grado di superare molto spesso le barriere nazionali e di affermarsi sui mercati internazionali, grazie anche al valore del *made in Italy* incorporato nei prodotti e nei servizi collegati alla risorsa mare.

Motore di questa economia, che include oltre alla filiera della cantieristica anche quella del turismo, dei parchi marini, della pesca e dei trasporti, sono i *cluster* nautici in grado di innovare sia sotto il profilo tecnologico che quello organizzativo, con relazioni produttive e commerciali che sovente travalicano gli originari ambiti territoriali di riferimento. Proprio in questa prospettiva, complice anche la recente crisi del settore, molte imprese hanno cercato di internazionalizzare la propria filiera di produzione e commercializzazione, a cominciare dalle realtà produttive dei Paesi che si affacciano sul *Mare Nostrum*.

Studiosi ed operatori specializzati sono ben consci che difficilmente, o almeno ancora per lungo tempo, il settore della nautica da diporto, in Italia, potrà riproporre i livelli di fatturato raggiunti in passato; infatti, nonostante siano trascorsi oltre tre anni dalla crisi del 2008, anno che ha segnato l'apice di un ciclo espansivo e l'incipit di una fase recessiva che non ha ancora visto il punto di arrivo, il comparto continua a risentire di una latitanza di ordinativi di nuove imbarcazioni. Ciò nonostante, a livello internazionale la cantieristica navale italiana continua a raccogliere oltre il 50% degli ordini mon-

* Professore associato di Economia e Gestione delle Imprese, presso l'Università degli Studi di Roma "Sapienza", Facoltà di Economia.

diali di super yacht (oltre i 72 piedi) e continua a rappresentare una delle produzioni di eccellenza del *made in Italy*, come dimostra l'attenzione dei fondi di investimento internazionali per i cantieri più famosi ed affermati¹. Il peso economico della “risorsa mare” resta, dunque, ancora consistente. I valori stimati al 2009 indicano un valore della produzione nazionale, a prezzi di mercato, pari a 34,9 miliardi di euro, con un contributo del 2,3% sul Pil complessivo². Più in dettaglio, secondo le rilevazioni del Censis, l'economia del mare sviluppa³:

- un moltiplicatore complessivo del reddito pari a 2,49, ovvero per ogni 100 euro di domanda di beni e servizi marittimi o di spesa per investimenti o di esportazioni da parte dei comparti considerati, vengono generati 249 euro di spesa in tutto il sistema economico nazionale;
- un moltiplicatore complessivo dell'occupazione pari a 1,81, ovvero ogni 100 nuovi occupati nel sistema della nautica da diporto e più in generale della cantieristica e dei servizi correlati generano in media 181 occupati nel mercato del lavoro globale.

Nonostante la “forza” dei marchi italiani e la voglia di “mare” che l'Italia genera nel diportista, probabilmente occorre ripensare tutto il sistema che ruota intorno alla nautica italiana ed internazionale, per lungo tempo “illusiva” da una finanza facile che grazie alla generosità delle società di leasing ha consentito l'accumularsi di un grande parco usato, ora di difficile collocazione. Anche il rapporto con il consumatore del prodotto “mare” è mutato; la crisi ha generato un consumatore più attento al binomio costo-beneficio e certamente meno propenso a sopportare le eventuali inefficienze della filiera.

A partire da queste prime riflessioni si è svolto il *I forum sui distretti della nautica* promosso dal Consorzio Universitario di

¹ L'attuale *global order book*, al 2010, si attesta a 1019 nuove imbarcazioni, di cui 593 esemplari sono di produzione italiana.

² Le rilevazioni del Censis includono: trasporti marittimi di merci e passeggeri, attività di logistica portuale e servizi ausiliari ai trasporti marittimi; cantieristica navale; nautica da diporto e indotto turistico; pesca; attività economiche dei soggetti istituzionali (capitanerie, autorità portuali, marina militare) del *cluster* marittimo.

³ Censis (2011), *IV Rapporto sull'economia del mare*, FrancoAngeli, Milano, p. 12 e ss.

Economia Industriale e Manageriale (CUEIM), da Assocamerestero, dalla Camera di Commercio di Latina e da Sinergica s.p.a. nell'ambito dello *Yacht Med Festival di Gaeta* del 2010. Il presente volume raccoglie i contributi scientifici, le riflessioni ed i suggerimenti operativi emersi nel corso del forum e tesi a promuovere una rete, più o meno formale, tra i *cluster* nautici del Mediterraneo⁴.

Il convegno ha avuto tre filoni di dibattito:

- la necessità di implementare un sistema di sicurezza nel Mediterraneo, troppo spesso costretto a subire i riflessi negativi di scontri socio-politici e testimone incolpevole, più recentemente, delle migrazioni provenienti dal Nord Africa;
- il ruolo della cantieristica e della nautica da diporto nell'economia italiana e a livello internazionale;
- il ruolo dei cluster nautici nell'attuale fase recessiva del ciclo economico, anche alla luce dei processi di delocalizzazione delle produzioni in contesti extra nazionali.

Di seguito si espongono i tratti salienti dei contenuti del volume a cominciare dal lavoro del Generale Comandante della Guardia di Finanza, Nino Di Paolo, dal titolo *La tutela strategica del Mediterraneo*, il cui merito è stato quello di aver portato all'attenzione del lettore il contributo della Guardia di Finanza nel rafforzare il sistema di sicurezza nazionale del Mediterraneo, nel rispetto delle indicazioni contenute nel *Libro Blu* dell'Unione Europea, avente lo scopo di promuovere una crescita sostenibile del Mediterraneo. Le riflessioni del Generale Comandante hanno il pregio di aver anticipato temi e problematiche divenute di interesse pubblico anche in seguito alle drammatiche migrazioni delle popolazioni del Nord Africa verso il territorio italiano.

Il contributo di Antonio Ricciardi dal titolo *Distretti e reti di impresa. Vantaggi competitivi per il sistema industriale italiano* offre un'ampia e colta riflessione sul tema dei distretti in generale e in particolare sul ruolo dell'impresa distrettuale. Il lavoro beneficia anche degli ultimi risultati quantitativi della ricerca condotta dall'Osservatorio Nazionale dei Distretti Italiani sui distretti italiani. Le conclu-

⁴ Cfr. Tracogna A. (2010), *I cluster nautici internazionali*, FrancoAngeli, Milano; Golinelli G.M., Quattrococchi B., Faggioni F. (2007), "L'esperienza italiana dei distretti industriali per l'economia polacca: aspetti economici e profili giuridici", in *Economia, Azienda e Sviluppo*, Cacucci Editore, Bari.

sioni dell'Autore riprendono una delle ultime lezioni di Becattini che vede nei distretti italiani “*da un lato il motore principale dell'economia italiana, dall'altro un grande contributo alla coesione sociale del Paese*” (Primo Rapporto Osservatorio, p. 15).

Elisa Nobili, Autrice del capitolo *I sistemi nautici tra crisi ed opportunità. L'esperienza della provincia di Pesaro e Urbino*, dopo una breve panoramica sulla nautica da diporto in Italia, riporta l'esperienza di una regione, le Marche, da sempre tra le più innovative nelle politiche a sostegno della nautica e costretta a competere con i sistemi produttivi e con le offerte turistiche della prospiciente penisola Balcanica. Le riflessioni conclusive sono dedicate alle proposte di intervento a sostegno del distretto nautico pesarese, utile spunto anche per altri cluster nautici.

L'intervento di Renato Midoro, *La nautica da diporto. Tendenze e prospettive di sviluppo*, ha il pregio di essere incisivo, pur non essendo strutturato in un vero e proprio articolo, e il merito di richiamare l'attenzione sul ruolo del sistema finanziario (anticipando le problematiche del *credit crunch*) e sulla necessità di spostare la competizione sul fattore innovazione.

L'articolo del curatore di questo volume, scritto insieme a Fabio Ulgiati, dal titolo *Dinamiche evolutive di un sistema produttivo locale. Il caso della cantieristica navale e nautica da diporto in provincia di Latina*, partendo da una ricognizione della letteratura più consolidata sui distretti industriali riporta l'esperienza di ricerca che è stata condotta dagli stessi Autori per sostenere il processo di riconoscimento giuridico del sistema produttivo locale della nautica della provincia di Latina a livello regionale e nazionale.

Il contributo di Gaetano Fausto Esposito e Camilla Sala dal titolo *La nautica italiana e le reti fiduciarie per la promozione sui mercati internazionali: il contributo delle Camere di Commercio Italiane all'Estero* pone in evidenza il supporto che le Camere di Commercio all'Estero offrono ai mercati internazionali, non solo alla nautica, ma più in generale all'economia italiana. Anche in questo caso, il lavoro ha anticipato riflessioni che più recentemente sono state assunte all'attenzione di un pubblico più vasto, allorché è stato soppresso l'Istituto per il Commercio Estero. In particolare, gli Autori si soffermano sulle reti fiduciarie e sul loro ruolo nella promozione della nautica nei mercati esteri.

Ringraziamenti

Un ringraziamento sentito al Corpo della Guardia di Finanza e al suo Comandante Nino Di Paola, al CUEIM ed alla Camera di Commercio di Latina per aver promosso e realizzato, in uno scenario culturale e paesaggistico unico quale quello del Golfo di Gaeta, il *I Forum sui cluster nautici*, nell'ambito dello Yacht Med Festival 2010.

Un ringraziamento sentito all'amico Gaetano (Nino) Esposito, a cui sono legato da sincera amicizia sin dai tempi dell'Istituto Tagliacarne, per avermi "incitato" a raccogliere in questo volume i lavori del Convegno; non di meno sono grato ai relatori del Convegno per avermi affidato i risultati delle loro ricerche; un plauso alla dott.ssa Linda Fasti della FrancoAngeli, per la pazienza con cui ha sopportato i miei lunghi tempi di rilettura dei testi.

Un sentito ringraziamento, inoltre, al presidente Vincenzo Zotola, al segretario generale, Antonio Rampini, ed al vicesegretario generale, Pietro Viscusi (Camera di Commercio di Latina), per aver sostenuto e creduto nell'evento culturale del workshop.

Sono grato, infine, all'Associazione delle Camere di Commercio all'Estero ed al presidente Augusto Strianese, al presidente, prof. Gaetano Golinelli (CUEIM) che, insieme agli amici di Sinergica s.p.a., hanno reso possibile la pubblicazione di questo volume.

Bernardino Quattrococchi
Università degli Studi di Roma "Sapienza"
Facoltà di Economia
Dipartimento di Management e Tecnologie

1. La tutela strategica del Mediterraneo

*di Nino Di Paolo**

Premessa

È per me un grande piacere avere la possibilità di intervenire in una circostanza così prestigiosa ed autorevole, per affrontare un tema di tale rilevanza e complessità.

Su una carta del mondo il Mediterraneo non è che una fenditura della crosta terrestre, che si allunga da Gibilterra all'istmo di Suez e al mar Rosso, tanto piccola da sembrare quasi insignificante rispetto all'immensità degli oceani.

Eppure, come ha sottolineato uno dei più grandi storiografi del novecento, Fernand Braudel, il Mediterraneo è *Mille cose insieme. Non un paesaggio, ma innumerevoli paesaggi. Non un mare, ma un susseguirsi di mari. Non una civiltà, ma una serie di civiltà accatastate le une sulle altre.*

È per questo che viaggiare nel Mediterraneo significa incontrare realtà e civiltà antichissime, vederlo nella sua dimensione più naturale, osservarlo con gli occhi del progresso, lungo il corso di una storia che, anche alla luce delle nuove scoperte, lo ha visto quasi restringersi a poco a poco, ogni giorno di più!

Ma il *Mediterraneo è anche altro.*

È una rilevante fonte alimentare, è una “superficie di trasporto”, è un insieme di vie marittime e terrestri collegate fra loro, è un luogo di incontro di comunità che, pur appartenendo ad universi culturali in molti casi distinti e distanti fra loro (*l'Occidente, l'Islam, l'universo*

* Comandante generale Guardia di Finanza; Generale C.A.

greco-ortodosso), sono sempre state in stretta comunicazione, traendo reciproca prosperità dall'intensità degli scambi culturali e commerciali.

Tutti elementi che rendono il Mediterraneo una regione centrale per gli equilibri internazionali e un banco di prova decisivo per il futuro dell'Europa.

Quella del *mediterraneus*, quella cioè del mare “in mezzo alle terre”, *ideale linea di confine tra il Nord e il Sud del mondo*, è la storia millenaria di un mare che “separa e unisce, che sta tra le terre senza appartenere in esclusiva a nessuna di esse e che ha assistito a sbarchi, invasioni, conversioni e sopraffazioni. È stato greco, romano, arabo, fino a diventare europeo”.

1. Analisi del contesto operativo

Ancora oggi, a distanza di alcuni millenni, *il benessere dell'Europa è legato inscindibilmente al mare*: le regioni marittime contribuiscono per circa il 40% al PIL dell'Unione Europea e accolgono il 40% della sua popolazione.

Il Mediterraneo, con oltre 450 porti e terminal, concentra il 30% del commercio marittimo mondiale ed oltre un quarto del traffico petrolifero: sulle sue coste risiedono più di 150 milioni di abitanti, cifra che raddoppia durante la stagione estiva.

Dai principali scali europei si sviluppa una rete composta da più di 2.000 collegamenti giornalieri, quotidianamente il Mediterraneo è attraversato da più di 3.500 navi mercantili, traghetti e navi da crociera: un vero e proprio sistema di “autostrade del mare”, che vede al centro il nostro paese.

I cantieri navali e il trasporto marittimo, i porti e la pesca restano le attività marittime di base, ma l'energia off-shore (compresi il petrolio, il gas e le energie rinnovabili) e il turismo costiero e marittimo costituiscono a loro volta fonti significative di reddito.

Ne deriva che *l'ecosistema mediterraneo* è fortemente sollecitato dalle attività economiche che vi vengono esercitate, infatti le infrastrutture e gli impianti ricreativi continuano a moltiplicarsi su un territorio costiero già densamente edificato, minacciando sempre più un litorale che comprende 400 siti dell'Unesco.

È di tutta evidenza, quindi, che le interazioni tra l'Europa ed il Mediterraneo sono oggi più intense e più varie che in passato, creando sì un valore aggiunto senza precedenti, ma ponendo la *società civile dinanzi ad un delicato* “bivio”: da un lato, la tecnologia e le conoscenze consentono di ottenere dal “Mare Nostrum” ricchezze sempre maggiori; dall'altro, si pone l'esigenza strategica di garantire e preservare questo patrimonio sia sotto il profilo della salvaguardia dell'ambiente marino sia della sicurezza globalmente intesa.

Questa è la sfida che l'Europa è chiamata ad affrontare nei prossimi anni.

In un contesto di rapida globalizzazione e di cambiamenti non solo climatici, l'“unità storica del Mediterraneo”, così come descritta da Braudel, è messa in pericolo da una combinazione di fattori, interagenti fra loro:

- l'inquinamento proveniente dalla terraferma e dalle navi;
- lo scarico di rifiuti;
- le minacce alla biodiversità, la pesca eccessiva ed il degrado costiero.

Per altro verso, un altro fattore di rischio è la *sicurezza*, in un'area dove convivono Stati costieri con forti divergenze politiche, economiche e tecnologiche, che sono anche la causa dei crescenti flussi di migranti irregolari verso le coste europee.

Ecco perché *la tutela strategica del Mediterraneo* va oggi ben al di là della tradizionale accezione militare e di polizia.

Essa assume una latitudine multidimensionale, che si sviluppa attraverso processi di cooperazione su questioni altamente strategiche: *l'immigrazione clandestina, la criminalità ed il terrorismo internazionale, il traffico di droga, i problemi ambientali, gli squilibri demografici tra il Nord ed il Sud del pianeta, la scarsità delle risorse, gli effetti del surriscaldamento, le minacce prodotte dall'instabilità politica o socio economica ed altre ancora.*

È in questa prospettiva che devono essere collocate le recenti linee di indirizzo strategico dell'Unione Europea, scandite da due tappe fondamentali:

- l'adozione di politiche marittime integrate;
- l'avvio di un progetto di partenariato globale con i paesi del Mediterraneo.