

La geoeconomia come chiave dell'export

PAOLO VIANA

e manifatture italiane hanno una spiccata vocazione all'export ma talvolta questa è una vocazione cieca e sorda: si partecipa a una fiera e poi si procede a tentoni...» È la considerazione da cui parte il consorzio Iea che applica al commercio estero l'approccio della geopolitica. «A distanza di vent'anni dalla riscoperta di questa disciplina - spiegano infatti i promotori - il mondo industriale italiano sottovaluta l'interconnessione dei fenomeni geopolitici con quelli economici. Con Eurasian Business Dispatch (Ebd) cerchiamo di colmare questa lacuna». Iea, acronimo che individua il quadrante d'azione del consorzio (Italia, Europa e Asia), edita gratuita-

mente la nuova newsletter geoeconomica (www.ieaexport.eu) che ha presentato al forum Asiac e che ha un focus preciso, quei Paesi dell'area del Caspio, del Caucaso e dell'Asia Centrale che sono caratterizzati da un forte sviluppo, da ingenti risorse naturali e da scarsi rapporti commerciali con il nostro Paese. «Mercati sconosciuti a molti imprenditori italiani, soprattutto alle Pmi: la nuova newsletter si rivolge a loro» dicono i promotori di quest'iniziativa, che sono Sergio Paganelli, amministratore delegato della società Balluff Automation s.r.l., Eugenio Novario, avvocato

specializzato in diritto commerciale, e sono affiancati da un comitato editoriale diretto da Aldo Ferrari, Professore all'Università di Venezia, direttore dei programmi "Russia" e "Caucaso e Asia Centrale" dell'Ispi, e composto tra gli altri da Mauro De Bonis, redattore di Limes ed esperto dell'area caucasica, e Fabbrisi Vielmini, ricercatore ISAG e componente della missione europea in Georgia. Nell'edizione online: un'analisi della strategia energetica azera, un approfondimento delle economie del Caspio e un focus sui fremiti indipendentisti che attraversano la Re-

pubblica del Karakalpakstan. «Possiamo offrire questo servizio di studi alle Pmi - precisa Eugenio Novario - perché siamo presenti da anni nel Caspio e nell'Asia Centrale, significativamente in Kazakistan e Azerbaijan, e perché il team di collaboratori possiede un'esperienza rilevante negli studi geopolitici ed economici. Sostanzialmente, quest'iniziativa nasce dalla consapevolezza che le imprese italiane, proprio per le loro dimensioni medio-piccole, necessitano di un know how raffinato e molto approfondito per affacciarsi su nuovi mercati, sconosciuti al nostro Paese e non solo ai suoi imprenditori. Ebd è la prima iniziativa editoriale italiana ad offrire notizie economiche su quei Paesi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA