

Documentos CIDOB Mediterráneo; 13

Els interessos econòmics catalans a la mediterrània i l'Orient Mitjà.
Nous sectors i tendències de futur
Javier Albarracin Corredor

documentos



Serie: Mediterráneo

Número 13. Els interessos econòmics catalans a la Mediterrània
i l'Orient Mitjà: Nous sectors i tendències de futur

© Javier Albarracin Corredor

© Fundació CIDOB, de esta edición

Edita: CIDOB edicions

Elisabets, 12

08001 Barcelona

Tel. 93 302 64 95

Fax. 93 302 21 18

E-mail: publicaciones@cidob.org

URL: <http://www.cidob.org>

Depósito legal: B-46.797-2001

ISSN: 1696-9979

Imprime: Color Marfil, S.L.

Distribuye: Edicions Bellaterra, S.L.

Navas de Tolosa, 289 bis, 08026 Barcelona

www.ed-bellaterra.com

Barcelona, septiembre de 2008

ELS INTERESSOS ECONÒMICS CATALANS A LA MEDITERRÀNIA I L'ORIENT MITJÀ: NOUS SECTORS I TENDÈNCIES DE FUTUR

Javier Albarracin Corredor*

Septiembre de 2008

*Consultor de l'Àrea Mediterrània i Orient Mitjà del COPCA
Col·laborador de la Fundació CIDOB

Les opinions expressades en aquest document corresponen només a l'autor i no corresponen necessàriament a les mantingudes pel COPCA o per la Fundació CIDOB

Objectiu de l'estudi

Aquest estudi pretén plasmar els principals interessos econòmics actuals i futurs de Catalunya i els seus actors econòmics, en l'àrea compresa pels països de la Mediterrània no europea, l'Orient Mitjà i la zona de la Península Aràbiga (en la terminologia anglesa és l'anomenat Middle East and Nord Africa: la regió MENA).

Aquesta àmplia zona del món presenta innumerables, variats i complexos interessos per a Catalunya, Espanya i la Unió Europea. Temes tan diversos com les migracions, la seguretat en termes militars, diferents tràfics il·lícits, el medi ambient, l'energia o la integració política són alguns d'aquests interessos creixents. Indubtablement, la majoria d'aquests temes tenen unes connotacions i un impacte econòmic important per als diferents actors regionals implicats.

No obstant això, aquest estudi se centra en “interessos econòmics” en un sentit més estricte. Les empreses catalanes, les principals institucions i actors econòmics catalans, i Catalunya com a realitat econòmica, tenen una sèrie de relacions econòmiques desenvolupades amb aquesta zona en termes d'exportacions, importacions, inversions, acords tecnològics i sinergies econòmiques bilaterals. És en aquest sentit que aquest estudi pretén mostrar els principals trets existents en l'actualitat en el camp més purament econòmic. Però també, i molt especialment, té la voluntat d'exposar com haurien d'evolucionar aquests “interessos econòmics catalans” a la zona en un futur proper.

Aquest estudi no té com a objectiu fer una recopilació exhaustiva de dades estadístiques individualitzades dels països de la zona per tal de veure empíricament la intensitat de la relació comercial de Catalunya amb cadascun d'aquests. La finalitat és tenir una idea global del que representa i del que hauria de representar econòmicament aquesta zona per a Catalunya.

La informació plasmada en aquest article es basa, principalment, en una experiència diària de col·laboració amb tot tipus d'actors econòmics catalans en el marc del COPCA, l'organisme que la Generalitat de Catalunya va crear, a final dels vuitanta, per potenciar, a tots els nivells, la internacionalització de l'economia catalana. Tanmateix, també és fruit d'un seguit d'entrevistes amb alguns dels actors econòmics més rellevants i representatius de la realitat econòmica catalana, com són, entre d'altres, el Port de Barcelona, l'Àrea de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Barcelona o diferents càrrecs d'organismes de la Generalitat.

Una certa realitat econòmica catalana

Catalunya és una realitat econòmica amb un teixit empresarial eminentment de petita i mitjana empresa (pime). Aquest fet, inevitablement, condiona la seva relació econòmica amb la resta del món. És una economia amb poques empreses *tractores* que puguin, mitjançant les seves aliances estratègiques, arrossegar moltes altres empreses satèl·lits en els seus projectes d'internacionalització.

No obstant això, Catalunya és una economia definitiva i irreversiblement oberta al món, especialment des de l'ingrés d'Espanya a la llavors Comunitat Econòmica Europea el 1986. Aquest fet va ser la manifestació més evident d'un lent procés de fons d'inserció de la seva economia en els fluxos internacionals.

Tot i això, l'eclosió del procés d'internacionalització de l'economia catalana, i dels seus actors principals, es va donar a partir de la dècada dels noranta. L'any 1990, a Catalunya hi havia unes 5.000 empreses amb un volum d'exportació significatiu. El 2005 aquesta xifra s'havia multiplicat per cinc fins a arribar a les 26.500 empreses exportadores, de les quals unes 12.000 ho fan de forma regular. Això representa el

35,5% de les empreses exportadores espanyoles, una xifra similar a la suma de les tres següents comunitats autònomes espanyoles més potents en aquest camp: País Valencià, Madrid i Andalusia. En aquest mateix sentit, les exportacions catalanes han passat de 6.597 milions d'euros el 1988 a 47.129 milions d'euros el 2006, amb un increment mitjà anual de l'11,8%

En aquest temps, la presència empresarial catalana a l'exterior ha donat un gran salt qualitatiu ja que en aquests moments el procés més destacable de la internacionalització de l'economia catalana ja no és el comerç internacional sinó la creixent implantació permanent empresarial catalana a l'exterior, ja sigui en el seu vessant productiu o comercial. En aquesta línia, els darrers 10 anys el nombre de multinacionals catalanes s'ha multiplicat per tres, passant a ser unes 300 multinacionals implantades permanentment arreu del món.

En aquests moments existeixen diferents reptes fonamentals per al futur econòmic de Catalunya com a economia plenament integrada en la globalització. Entre aquests, des d'un punt de vista purament d'internacionalització empresarial, podem destacar els següents:

- la potent aparició de nous nínxols d'especialització, amb especial rellevància dintre del sector serveis a Catalunya (amb la proliferació de pimes molt actives i amb molt valor afegit);
- la diversificació de mercats exteriors on cal estar present;
- la *sofisticació* de la presència empresarial a altres mercats (amb creixents implantacions permanents comercials o productives, *joint-ventures*, subcontractacions, acords de transferència tecnològica, franquícies, etc.);
- la necessitat de maximització de tots els instruments, tant tècnics com financers, que existeixen a escala internacional per tal d'estar presents en altres mercats (fons multilaterals, concursos públics, acords tècnics de cooperació, etc.).

Consideracions del comerç exterior català

En relació amb la internacionalització de l'economia catalana, i si ens centrem en les clàssiques variables d'exportacions i importacions, podem observar que entorn de tres quartes parts de les exportacions catalanes tenen com a destí la Unió Europea, i aquesta va ser una tendència en augment fins a l'any 2004. Així, l'any 1988, les exportacions catalanes en aquesta zona representaven el 66,2%, passant al 74,8% el 2004. Tot i això, dos anys més tard, el 2006, aquestes s'havien reduït al 71,5%.

No obstant això, si es mira de forma més detinguda les xifres d'exportacions, podem observar que no és la UE en el seu conjunt (els altres 26 estats) qui concentra aquest volum de comerç exterior català. La gran concentració es dona en set mercats europeus que representen entorn del 58% de les exportacions catalanes. En aquest sentit, no es pot parlar de la UE en general com a mercat de destí de les exportacions catalanes, sinó d'aquests set mercats¹.

Aquesta concentració de les exportacions catalanes és fruit de la proximitat d'aquests mercats, la seva capacitat adquisitiva, la seva grandària, la seva maduresa pel que fa a les pautes de consum com també la seva consideració de mercat interior a tots els efectes d'exportació. Tanmateix, la realitat econòmica mundial està canviant, i més ràpid que mai en la història, i fa aparèixer amb força economies emergents que es converteixen en grans actors econòmics mundials. Aquests canvis en els equilibris econòmics mundials tenen, inevitablement, un impacte a Catalunya.

1. Aquest set països de la UE són França, Alemanya, Itàlia, Portugal, Regne Unit, Països Baixos i Bèlgica.

Pel que fa a les importacions, aquestes presenten una major heterogeneïtat geogràfica i la seva tendència és que augmentin els propers anys, tant pel que fa al volum total de les importacions com a la diversificació dels seus orígens. Això és cert pel que fa a l'anàlisi general per regions de les relacions comercials clàssiques. No obstant això, si entrem més en detall, podem observar com a la Mediterrània i l'Orient Mitjà trobem alguns dels principals socis comercials de Catalunya com també alguns dels països amb què s'intensifiquen més ràpidament aquestes relacions comercials.

En el primer cas, cal destacar Turquia i el Marroc. Aquests dos mercats es troben entre els primers socis comercials de Catalunya fora dels grans països de la UE; tots dos es troben entre els 12 primers. De fet, el Marroc és el tercer país amb major penetració comercial catalana (pes percentual de Catalunya sobre el total de les importacions d'un país), només per darrere d'Andorra i Portugal.

En el segon cas, és a dir, entre els països amb els quals Catalunya està augmentant més, en termes percentuals, les seves relacions comercials els darrers anys, hi ha diversos estats d'aquesta zona, entre els quals destaquen Algèria, Aràbia Saudita i els Emirats Àrabs Units.

Pel que fa a la inversió catalana a l'exterior, que és una altra variable clàssica per mesurar la intensitat de les relacions econòmiques entre dos economies, s'observa que la presència inversora catalana al Marroc és una de les més elevades. De fet, les empreses catalanes representen més d'un terç de les aproximadament 1.000 empreses espanyoles implantades en aquesta economia; Espanya és el segon inversor al Marroc.

No obstant això, amb la creixent complexitat i sofisticació de la realitat econòmica internacional, les variables clàssiques d'importacions i exportacions són cada cop menys explicatives de les interaccions econòmiques entre dues economies. Segons aquesta lògica, la Mediterrània i l'Orient Mitjà adquireixen més força com a zona d'interès econòmic per a Catalunya i els actors econòmics catalans.

Dificultats catalanes per accedir als mercats de la Mediterrània i l'Orient Mitjà

Com s'ha vist, les empreses catalanes són creixentment actives en l'àmbit exterior, i han aconseguit en pocs anys importants èxits internacionals. En diferents circumstàncies, les empreses catalanes han tendit cap a zones econòmiques on se sentien més properes, la qual cosa no ha significat sistemàticament més facilitats d'accés o èxit econòmic. En un primer moment, després de l'ingrés d'Espanya a la Comunitat Europea, els seus Estats Membres van ser les economies preferides per a la pime catalana. Posteriorment, el salt internacional es va plantejar cap a Amèrica Llatina, sobretot pels lligams socioculturals històrics, i després van seguir cap a Amèrica del Nord. Darrerament, la nova aposta internacional es dirigeix cap als nous països de la Unió Europea i certes economies emergents asiàtiques, amb especial èmfasi a la Xina. En aquesta dinàmica, els països de la Mediterrània i l'Orient Mitjà han quedat, en general, relegats a un segon nivell, sense entrar de forma significativa en els plans d'expansió internacional de les empreses catalanes.

Tanmateix, aquest fet està canviant els darrers anys. No solament perquè els intercanvis comercials amb certes economies de la zona estiguin augmentant, sinó pel fet que en aquesta zona es troben algunes de les principals economies emergents del món (com són els casos de Turquia, Egipte, Emirats Àrabs Units, Aràbia Saudita o Israel) amb espectaculars creixements econòmics i industrials sostinguts durant els últims anys. Uns nivells que són comparables, com es mostra en la taula següent, als que s'observen en països de gran atractiu per a l'empresariat català com Polònia o l'Índia.

Creixement del PIB (%)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Agregat	2008 (prev)
Turquia	7,9	5,8	8,9	7,4	6,1	5	41,1	5,3
EGIPTE	3,2	3,2	4,1	4,5	6,8	7,1	28,9	7,3
Eua	2,6	11,9	9,7	8,2	9,4	7,7	49,5	6,6
Aràbia Saudita	0,1	7,7	5,3	6,1	4,3	4,1	27,6	4,3
Israel	- 0,6	2,3	5,2	5,3	5,2	5,1	22,5	3,8
Bulgària	4,5	5	6,6	6,2	6,1	6	34,4	5,9
Polònia	1,4	3,9	5,3	3,6	6,1	6	26,3	5,3
Rússia	4,7	7,3	7,2	6,4	6,7	7	39,3	6,5
Malàsia	4,4	5,5	7,2	5,2	5,9	5,8	34	5,6
Índia	4,5	6,9	7,9	9	9,7	8,9	46,9	8,4

Font: World Economic Outlook, FMI (Octubre 2007)

Això, unit a l'important creixement demogràfic de certs països d'aquesta zona, com podem observar en el gràfic següent, ha atret de forma progressiva, en alguns casos de forma exponencial, l'interès econòmic català envers aquest mercats.

	Població 2007 (milions)	Creixement %	Creixement absolut anual
Marroc	32	1,15	368.000
Algèria	33	1,5	495.000
Egipte	73	1,9	1.387.000
Turquia	74	1,64	1.210.000
Síria	19	2,3	440.000
Aràbia Saudita	25,3	3,4	860.000
Emirats Àrabs Units	4,3	7	300.000
Israel	7	1,71	120.000
Espanya	45	0,13	60.000

No obstant això, les empreses catalanes han de fer front a un seguit de factors que dificulten la seva presència en aquesta zona, en comparació amb altres àrees econòmiques del món. Entre aquests factors adversos cal destacar:

1. Desconeixement i problemes d'imatge

Els empresaris catalans sovint comencen a conèixer i a interessar-se per uns mercats a través de les notícies obtingudes pels mitjans de comunicació generalistes. En relació amb la zona que es tracta en aquest article, aquests mitjans sovint es fan un escàs ressò de les notícies vinculades amb la complexa realitat política de la zona, i apareixen bàsicament quan hi ha atemptats, actes violents, revoltes, etc. En aquest sentit, es pot dir que la visió de molts mitjans de comunicació és molt parcial.

Així, en general, la informació que els empresaris catalans reben a través dels mitjans de comunicació sol ser esbiaixada en no cobrir els canvis, les reformes i el potencial econòmic d'aquesta zona. I en el terreny estrictament econòmic, la informació que es rep és escassa, quan no directament nul·la. En altres paraules, aquesta regió té un seriós problema d'imatge, en general, que és encara més dramàtic en el terreny econòmic.

2. Inexistent tradició socioeconòmica catalana a la zona

Tal com es comentava anteriorment, els empresaris catalans no tenen uns llaços econòmics o fins i tot familiars amb els països de la Mediterrània i l'Orient Mitjà. Uns lligams que sí tenen amb altres zones del món, molt especialment amb l'Europa Occidental i l'Amèrica Llatina, fruit de la important emigració catalana durant la guerra civil i la dictadura. Aquest fet, que en l'àmbit econòmic pot semblar secundari, ha afavorit històricament que molts empresaris iniciessin la seva expansió internacional per França, Alemanya, Mèxic, Veneçuela o Argentina abans que per

altres mercats més propers i possiblement igualment interessants, però amb menys lligams socioculturals.

3. Absència d'empreses *tractores* espanyoles a la zona

Aquest és un factor clau per explicar l'escassa presència històrica empresarial i econòmica catalana a la zona, com també l'espanyola en general. A diferència, novament, de mercats europeus o americans, els mercats de la Mediterrània i l'Orient Mitjà no han atret els grans conglomerats empresarials espanyols, motors de certs sectors estratègics i arrossegadors de tot un seguit de pimes proveïdores de productes i serveis d'aquests gegants. Així, entitats com el BBVA o el Santander o empreses com Repsol, Iberdrola, Endesa, Telefónica, Abertis o grans constructores com ACS, FCC o Ferrovial no han optat, de moment, de forma decidida per aquests mercats.

Cal destacar les excepcions d'algunes empreses espanyoles com OHL, amb la línia d'alta velocitat turca d'Istanbul a Ankara, o la recent concessió a aquesta mateixa empresa d'un hospital a Qatar per 1.500 milions de dòlars; els interessos d'Agbar a Algèria i Aràbia Saudita o els nous possibles mercats de Gas Natural. Darrerament hi ha alguns casos puntuals com els d'Unión Fenosa a Egipte o el més recent acord d'Iberdrola per a la construcció d'una important subestació elèctrica a Qatar. No obstant això, la seva presència no es pot considerar significativa, massiva ni consolidada, comparada especialment amb la que s'observa a Europa i Amèrica.

Tot i trobar-se amb aquests problemes, durant els darrers anys l'interès econòmic de les empreses catalanes per aquesta zona ha augmentat de forma notable. Així, la presència dels diferents actors econòmics catalans, públics i privats en diferents mercats de la Mediterrània i l'Orient Mitjà està essent exponencial.

No obstant això, existeix un factor positiu que no s'havia produït fins a l'actualitat, i és el fet que mai no hi havia hagut tants catalans que par-

lessin i tinguessin un coneixement de la cultura àrab tan proper. Això és fruit de la nombrosa immigració d'origen àrab, molt especialment marroquina però també argelina, que viu a Catalunya així com dels seus fills nascuts a Catalunya, que són híbrids entre les dues realitats culturals².

Aquest nou element està apropant la realitat social i econòmica del nord d'Àfrica, especialment la del Marroc, a Catalunya i afavorint l'interès i la introducció empresarial catalana en aquesta zona a través d'aquesta comunitat, ja sigui com a *expatriats-retornats* o bé com a responsables regionals a empreses catalanes d'aquesta zona del món.

Una presència econòmica en augment

Aquesta presència creixent respon tant a factors endògens com exògens. D'una banda, alguns dels països de la zona es troben immensos en reeixits processos de liberalització econòmica i obertura a l'exterior, acompanyats d'importants creixements econòmics, desconeguts en la zona amb anterioritat. Això s'ha produït de forma especialment intensa des del començament de la dècada del 2000.

Els dos casos més destacables són les economies dels dos països més poblats de la zona: Turquia i Egipte. Turquia està creixent des de l'any 2002 a ritmes que es troben entre el 5% i el 9%, únicament comparables a nivell mundial amb els creixements sostinguts de la Xina i l'Índia. Aquest fet ha convertint Turquia en una de les principals economies emergents del món i en la 19a potència econòmica mundial. Egipte, per la seva banda, va ser reconegut l'any 2007 pel Banc Mundial com l'economia

2. Algunes xifres mostren que del poc més d'un milió de marroquins que viuen a Espanya, més de la meitat es troben a Catalunya.

més reformista del món, i des del 2004 es troba amb taxes de creixement econòmic entre el 4% i el 7%, sumant als darrers quatre anys un 29% de creixement econòmic agregat.

Aquests dos països no representen solament una important força productiva emergent sinó que són, cada vegada més, uns importants mercats consumidors de productes acabats. Això es produeix a causa dels més de 72 milions d'habitants que tenen cadascun d'aquests països i al creixement demogràfic de més d'un milió de nous habitants anual a cada país. En aquesta mateixa línia també és destacable el creixement econòmic sostingut els darrers anys de Tunísia, amb taxes des del 2003 que oscil·len entre el 4% i el 6% anual.

D'altra banda, les economies del Golf Pèrsic estan creixent a ritmes desconeguts a la zona a causa, en gran part, de l'augment permanent del preu del petroli, que ja ha sobrepassat els 100 dòlars el barril. Aquest fet ha proporcionat a aquests països uns recursos financers sense precedents en la història, i els ha convertit en una de les zones econòmiques més actives, atractives i cobdiciades del món. En aquest sentit, les economies dels països que integren el Consell de Cooperació del Golf³ van acumular l'any 2007 407 bilions de dòlars en ingressos pel petroli i el gas, segons dades de l'Institut Internacional de Finances (IIF). Si es manté un preu del barril de 100 dòlars (en aquest moment està per sobre de 105 dòlars/barril) aquest mateix Institut preveu que aquestes economies acumularan l'any 2020 uns 9 bilions de dòlars. Els casos més paradigmàtics d'aquesta nova realitat econòmica a la zona del Golf són els dels Emirats Àrabs Units, amb taxes de creixement d'entre el 7,7% i el 12% anual des del 2003, i Aràbia Saudita, amb taxes en el mateix període d'entre el 4% i el 7,7%.

3. El Consell de Cooperació del Golf (CCG) està integrat per Aràbia Saudita, Kuwait, Qatar, Bahrein, Emirats Àrabs Units i Oman.

Aquest moment històric per a les economies de certs països de la Mediterrània i l'Orient Mitjà ha coincidit en el temps amb tres factors interns de la dinàmica econòmica catalana. En primer lloc, la recerca de nous mercats per part d'empreses catalanes internacionalitzades que ja han assolit una certa presència, més o menys consolidada, en altres zones més *clàssiques*, especialment Amèrica i Europa. En segon lloc, la creixent aparició d'una nova generació de pimes en els sectors de serveis, més especialitzades i amb un fort component tecnològic i de coneixement que no *tenen por*, a diferència d'altres empresaris de sectors més *clàssics*, d'aprofitar aquests creixements de les economies d'aquesta zona. En tercer i darrer lloc, el fet que certs actors econòmics catalans *nous* en l'escena internacional opten per la seva internacionalització, i ho fan analitzant els mercats de la zona amb els mateixos paràmetres d'atractivitat que en altres àrees. El resultat és que associacions empresarials de tot tipus; centres de recerca industrial com l'Associació Catalana d'Empreses de Motlles i Matrius (ASCAM) o l'Institut de Recerca i Tecnologia Agroalimentàries (IRTA); diferents universitats catalanes públiques i privades; grans organismes públics amb un important impacte econòmic com l'Ajuntament de Barcelona, El Consorci de la Zona Franca, el Port de Barcelona i la Fira de Barcelona o associacions com Barcelona Centre Mèdic, entre d'altres, estableixen vincles i interessos econòmics creixents amb actors econòmics de certs països de la Mediterrània i l'Orient Mitjà.

Davant d'aquesta situació, cal entrar en el detall de la realitat de la presència econòmica catalana a la zona. Això ens permetrà identificar els segments econòmics catalans més assentats a la zona i aquells que emergeixen amb més força com també els actors més actius i rellevants. Finalment, ens permetrà plantejar certes tendències o hipòtesis de futur i algunes propostes de millora i intensificació d'aquestes relacions comercials.

Apunts sectorials: sectors productius clàssics

Aquest article analitza els interessos econòmics catalans en aquesta àrea. No obstant això, se centra en la realitat més incipient. En altres paraules, en els sectors i actors econòmics més nous que estan fent d'aquesta zona econòmica una de les seves prioritats exteriors. No ens detindrem en sectors que podríem anomenar *tradicionals o clàssics*, que comprenen els sectors més clarament industrials, de productes més tangibles i amb una trajectòria ja molt madura a Catalunya. Això ens portaria a detallar la presència, ja arrelada, de sectors catalans que van emprendre la seva aposta mediterrània fa dècades, com és el cas del sector químic (per l'alimentació, el sector farmacèutic humà i animal, el tèxtil, etc.); del sector agrícola (maquinària, productes pel camp com correctors, fertilitzants, etc.); de l'alimentari o del de maquinària en general (per a la construcció, el sector metal·lúrgic, el sector tèxtil, etc.).

Evidentment, les empreses i associacions catalanes d'aquests sectors es troben en una situació de presència madura en alguns d'aquests mercats, fruit de la seva aposta pionera de fa ja temps. Cal esmentar que mercats com el del Marroc, Tunísia, Turquia o, fins i tot, Aràbia Saudita compten amb una dilatada presència catalana en alguns d'aquests sectors. El fet de no ser tractats en aquest estudi no vol dir que no tinguin rellevància econòmica en les relacions bilaterals ni tampoc que no tinguin futur en els mercats de la zona. De fet, empreses catalanes d'alguns d'aquests sectors tenen a certs països mediterranis entre els seus principals mercats.

Tot i que a continuació sí que analitzarem tres d'aquests sectors més *clàssics* –l'agricultura i els industrials del tèxtil i l'automoció– perquè poden estar davant d'una nova època d'expansió a la Mediterrània, aquesta anàlisi reserva una atenció preferent als sectors i actors de presència més recent i que presenten un major potencial de creixement i consolidació, condicionant així el futur dels vincles econòmics de Catalunya amb aquesta zona.

El sector agrícola

A causa de l'actual conjuntura internacional, hi ha diferents factors que permeten plantejar una nova etapa de desenvolupament més eficient del sector agrícola en certs països de la zona. Així, l'encariment en els mercats internacionals dels productes alimentaris de primera necessitat, com són els casos del blat o l'arròs, l'encariment del preu del petroli, que fa cada cop més car el transport en llargues distàncies de productes amb poca complexitat i valor afegit (com els productes agrícoles), o les mesures liberalitzadores empreses per certs Governos de la zona en un sector tan tradicional i estratègic com l'agrícola (especialment al Marroc i Turquia) fan que el potencial agrícola de certs mercats mediterranis es revalorï als ulls d'Europa.

En aquesta línia, les autoritats del Marroc han dut a terme els darrers anys dos importants processos de concursos internacionals per a concessions de grans superfícies fèrtils públiques a empresaris experts en el sector agrícola. Amb aquestes concessions han aconseguit atraure no només inversió estrangera, especialment andalusa i francesa, sinó també l'aplicació d'un *know how* especialitzat d'àmbit internacional en aquestes terres.

De fet, Espanya representa uns dels primers mercats de destí de les creixents exportacions marroquines, i empresaris espanyols, entre ells catalans, s'estan implicant de forma creixent en la gestió de les terres així com tot el procés productiu i de transport en zones com Agadir o el nord del país.

Turquia, per la seva banda, és ja una de les principals potències agrícoles de la Mediterrània, ja que exporta grans quantitats i de creixent qualitat a mercats del centre i nord d'Europa. Tot i això, Turquia està desenvolupant un gran projecte d'infraestructures regionals, anomenat GAP, que implica la construcció de 22 preses que permetrà fer irrigable una nova zona al sud-est del país equivalent a més del doble de l'extensió total de Catalunya.

Els darrers anys, empresaris i associacions catalanes del sector agrícola han fet diferents visites i prospeccions a Turquia per tal d'analitzar les

possibilitats de cooperació que ofereix el potencial agrícola turc amb l'experiència i el *know how* agrícola català, a causa de les similituds climatològiques i de la terra entre tots dos països.

En aquest sentit, és previsible, a curt i mig termini, una implicació catalana creixent en el sector agrícola d'aquests dos països, així com una revalorització del Marroc i Turquia per part d'Europa com a proveïdors alimentaris propers, segurs i de més qualitat.

El sector tèxtil

Aquest ha estat, tradicionalment, un dels sectors més madurs a Catalunya i dels més pioners a l'hora de sortir a l'exterior, per tal de buscar, en un primer moment, mercats per vendre els seus productes. Posteriorment, per cercar països amb avantatges competitius en costos per tal de poder competir en els mercats internacionals. Seguint aquesta segona lògica, ja fa anys que les empreses catalanes, tant les grans com les pimes del sector, van apostar per països propers com el Marroc, Tunísia o Turquia per tal de muntar cadenes productives pròpies o bé subcontractar part de la producció. El producte final retornava als mercats europeus per ser comercialitzat amb marca pròpia. Posteriorment, fruit d'aquesta dinàmica de minimització del costos fixos de producció, molt especialment la mà d'obra, les empreses han optat els darrers 5 o 7 anys per desplaçar la seva producció (pròpia o subcontractada) a les economies emergents d'Àsia: la Xina, l'Índia, el Pakistan, etc.

No obstant això, les tendències internacionals més recents del sector de la moda estan fent que certs tipus d'empreses redescobreixin alguns mercats de la Mediterrània. Aquests són més accessibles des d'un punt de vista logístic i qualitativament més sofisticats. Aquest és el cas de països com Turquia o Egipte, que tenen un rol cada vegada més important en les produccions de línies de qualitat mitjana-alta, amb sèries relativament curtes, amb col·leccions molt variades, que exigeixen rapidesa de pro-

ducció, lliurament i accessibilitat logística als mercats europeus, així com tractes duaners comparativament preferencials (inexistència d'aranzels, inexistència de quotes, etc.). Així doncs, no solament grans empreses internacionals i espanyoles del món de la moda se subministren de producció pròpia o de tercers en certs mercats de la Mediterrània, sinó que cada vegada més les pimes catalanes estan redescobrint els avantatges d'alguns d'aquests mercats amb una base productiva i tècnica molt important en aquest sector. Roba per a nens, moda per a adults d'ambdós sexes, roba interior d'home i dona, complements, roba de bany, entre d'altres, són subsectors que ja tornen a apostar pel subministrament des de mercats com Turquia (per qualitat, sofisticació tècnica, disseny i accessibilitat logística), Tunísia (per la seva creixent qualitat de producte) o Egipte (per costos de producció i extensa base productiva).

A més a més, aquest darrer país s'ha tornat a posicionar en el mapa internacional de la producció tèxtil com a resultat dels acords especials que ha signat amb els Estats Units. Egipte ha signat i desenvolupat les anomenades Zones Industrials Qualificades (QIZ en les seves sigles en anglès). Aquestes zones funcionen com a polígons industrials amb una acord preferencial amb els Estats Units, pel qual qualsevol producte produït en aquestes QIZ té lliure accés als Estats Units, sense quotes ni aranzels, sempre que inclogui un 13% del valor afegit d'Israel. Aquest acord, que, d'altra banda, no requereix prorrogació cíclica per part del Govern dels Estats Units sinó que és perenne, ha atret una enorme quantitat d'empreses internacionals del sector tèxtil que han establert importants bases productives a Egipte amb vistes al mercat nord-americà. Això ha potenciat de forma exponencial la producció i les exportacions tèxtil egípcies, afavorint *una segona vida* a aquest sector a Egipte ja que s'havia vist desplaçat per les economies asiàtiques pel que fa a l'atractiu de costos de producció, especialment mà d'obra.

D'altra banda, altres països de la zona, especialment el Marroc, poden estar perdent progressivament atractiu per al sector productiu tèxtil per-

què s'han vist abocats a jugar bàsicament a la variable de costos de mà d'obra, però aquesta lògica sempre troba uns preus més atractius a Àsia.

El sector de l'automoció

De nou, aquest és un dels sectors industrials catalans més importants tant pel nombre d'empreses catalanes existents com per la tecnologia aplicada en la recerca i la producció, com també pel seu grau d'internacionalització.

El sector de l'automoció, entès com a sector estructurat per a la fabricació de vehicles acabats en sèrie (i, per tant, no adreçat al sector post-venda recanvista), es troba poc desenvolupat en la Mediterrània, amb la important excepció de Turquia. Aquest país fabrica en l'actualitat més de 1.200.000 vehicles de diferents marques multinacionals destinats bàsicament per a l'exportació, en especial a Europa. L'aposta internacional de les multinacionals per a la producció a Turquia data ja de fa dècades. Empreses com Fiat, Ford, Toyota, Renault, Honda o Mercedes-Benz van implantar-se fa temps amb importants cadenes de muntatge.

Seguint l'estela de les multinacionals, el sector català de l'automoció va començar a interessar-se pel mercat turc i van començar les exportacions. Després, empreses catalanes clau com Ficoso o Barcelonesa de Metales (Bamesa) van muntar importants fàbriques a Turquia, que darrerament han ampliat en capacitat productiva. En aquests moments un nombre creixent de pimes catalanes de components o de maquinària s'estan plantejant molt seriosament implantar-se productivament tenint com a soci l'empresa local que tradicionalment ha fet de distribuïdor per al mercat turc. Aquest comença a ser un pas natural més en la penetració del sector català de l'automoció a Turquia.

Darrerament, l'atenció del sector de l'automoció a la Mediterrània s'ha desviat cap al Marroc, concretament al projecte de Nissan-Renault a Tànger. En aquest cas, a diferència de Turquia, l'interès no es troba tant

en un mercat com en un projecte concret. Renault ha signat un acord amb les autoritats del Marroc per tal d'invertir 1.000 milions d'euros al polígon industrial Melloussa I, a prop de Tànger, per a la fabricació de 200.000 vehicles l'any 2010, amb vistes a doblar la producció pocs anys després. Aquest ambiciós pla està fent que el feble sector de components d'automoció marroquí es trobi en ebullició ja que està atraient multinacionals que busquen participar en aquest projecte. Així, multinacionals com Dephi, Faurecia o Magna tenen projectes d'implantació productiva de diferent magnitud. En aquesta línia, un gran nombre de proveïdors catalans de productes i serveis a les plantes espanyoles de Nissan i Renault han començat a estudiar i desenvolupar la seva estratègia envers aquest projecte, que no vol dir envers el mercat marroquí, ja que en aquest cas el país de destí no és el factor més rellevant.

Un cop vistos aquests tres sectors industrials catalans clàssics, que per diferents motius poden tornar a tenir un moment d'expansió a la Mediterrània, val la pena centrar-se en els sectors econòmics més emergents. Aquests són sectors vinculats als serveis, de més valor afegit i innovació, ja que estan vinculats a intangibles que requereixen més creativitat que no pas inversió en costos fixos de producció material.

Sectors econòmics emergents

Els darrers anys, com a combinació de la recerca de nous mercats per a la internacionalització de les empreses catalanes i dels bons i sostinguts resultats econòmics de les reformes dutes a terme per certs governs de la zona, nous sectors econòmics catalans estan apostant per la seva expansió a la Mediterrània i l'Orient Mitjà. Així, una gran varietat d'empreses de sectors serveis de valor afegit, moltes d'aquestes pimes i de creació relativament recent, estan iniciant, consolidant o sofisticant la seva presència en aquesta zona.

Aquest fet és destacable respecte als sectors industrials ja que els sectors englobats sota el concepte “serveis” mostren interès pels mercats de la zona pel seu propi potencial intern. Per contra, els sectors més productius-industrials solen implantar-se en aquesta zona pels seus avantatges comparatius de costos, especialment pel que fa a la mà d'obra, per després exportar els seus productes cap a mercats més desenvolupats, especialment cap a Europa i Amèrica.

Els sectors serveis, a diferència dels anteriors, s'implanten majoritàriament pel potencial del mercat *per se*, perquè està en creixement, perquè el Govern està duent a terme polítiques liberalitzadores atractives, pel futur del sector en el mercat de destí, etc. No obstant això, el principal motiu és, gairebé sempre, consolidar la seva presència en el país pel propi mercat, i no en el país com a base productiva per exportar a tercers. Aquest fet mostra un salt qualitatiu del compromís de la pime catalana en aquesta zona del món i una confiança en el futur econòmic d'alguns d'aquests països.

Cal destacar, pel seu pes i el seu impacte multiplicador, els següents sectors:

El sector de la logística

Diverses economies de la zona analitzada estan duent a terme esforços econòmics sense precedent per al desenvolupament tant de la indústria com de les infraestructures. Aquestes darreres són imprescindibles per millorar l'atractiu econòmic internacional d'un país i atraure així inversió estrangera.

Aquesta dinàmica està acompanyada d'una creixent privatització d'importants infraestructures noves o ja existents, sota fórmules com *Build Operate Transfer* (BOT). Els estats més innovadors de la zona volen que el sector privat, local o internacional, tingui un paper cada cop més actiu en el desenvolupament i la gestió de les grans infraestructures nacionals. En

aquest sentit, destaquen països com Turquia, Egipte, els Emirats Àrabs Units, Tunísia o el Marroc.

Empreses catalanes de diferent mida estan aprofitant aquesta situació per situar-se com a líders creixents en aquest sector. Un exemple és el cas de l'empresa catalana Grup Marítim Terminal de Contenidors de Barcelona (TCB), gestora, entre d'altres, d'una de les terminals de càrrega del Port de Barcelona. Aquesta empresa va aconseguir, a final del 2007, la gestió d'un important port de mercaderies a prop d'Izmir, a Turquia. En aquesta línia d'expansió prioritària mediterrània també ha aconseguit l'adjudicació del port de Rades (Tunísia) tot i que el Govern nacional ha paralitzat temporalment aquesta privatització.

Com a conseqüència del creixement demogràfic i econòmic d'aquesta zona, altres empreses especialitzades del sector de la logística i la gestió d'infraestructures han mostrat interès per la zona. Una empresa catalana líder europea en el transport de vehicles de turismes acabats es va establir recentment al Marroc. Dos anys després, aquesta empresa gestiona aproximadament el 50% del transport d'aquest tipus de vehicles al país (importacions, exportacions i distribució nacional). Aquesta empresa ha mostrat un interès manifest per expandir-se en altres mercats de la zona com Algèria i, molt especialment, Turquia. L'altra gran empresa catalana del sector també ha mostrat el mateix interès i confiança en el desenvolupament del seu sector en aquesta zona.

En aquesta mateixa línia, dos dels principals actors catalans logístics en els seus àmbits respectius, el Port de Barcelona i el Saló Internacional de la Logística (SIL), han mostrat un interès estratègic per desenvolupar la seva presència a la Mediterrània. L'Autoritat Portuària de Barcelona (APB), un dels actors econòmics i logístics més importants de Catalunya, té com a objectiu estratègic de present i futur convertir-se en la porta d'entrada a Europa dels productes asiàtics destinats al sud del continent. I això passa per l'aposta que la Mediterrània en general desenvolupi i rendibilitzi el seu potencial logístic, ja que és una zona de trànsit vital i obligada d'aquest flux de mercaderies cap a Europa.

El creixement del moviment de mercaderies en aquesta direcció està essent espectacular, i s'espera que continuï així donada la fortalesa de l'euro respecte del dòlar, cosa que afavoreix les importacions europees. De fet, el passat 2007 el volum de mercaderies transportades des d'Àsia a Europa va augmentar un 17,2%, segons fonts de Global Insight –reconeguda empresa d'anàlisi econòmica–, fet que significava una xifra que suposa el doble del volum de mercaderies transportades l'any 2003 cap a Europa.

De fet, per aquest mateix paper de porta sud d'entrada a Europa, l'APB està competint amb Marsella (França), Gènova (Itàlia), Port Saïd (Egipte), Tànger (Marroc) i a l'entorn del Bòsfor a Turquia. En aquest sentit, per al Port de Barcelona, i Catalunya per extensió, la Mediterrània és la ruta prioritària i estratègica que cal consolidar. Aquesta aposta donarà un salt qualitatiu a les infraestructures catalanes i el seu teixit econòmic. Així, segons el professor de Teoria Econòmica de la UB, Ramon Tremosa, "Catalunya serà logística o no serà", amb referència a la materialització de l'aposta que ha de desenvolupar Catalunya en aquest sector de gran valor afegit.

Fruit d'aquesta *lluita* internacional per posicionar-se com a *hub* logístic pel sud d'Europa, l'APB acaba de signar un acord, l'abril del 2008, amb l'Autoritat del Port de Tànger Med per a la gestió de 10 hectàrees de terreny per a ús logístic en aquest nou port marroquí. En aquesta línia d'interès de reafirmació de l'APB a la Mediterrània, no és casualitat que de les nou importants missions econòmiques que ha dut a terme al món, quatre hagin estat a la zona Mediterrània: dues al Marroc (una al juny de 2008), una a Tunísia i una a Turquia.

La Mediterrània proporciona una segona activat econòmica al Port de Barcelona i a la ciutat en general. Barcelona és el port que més *creueristes* rep del món, amb l'excepció de certs ports del Carib. L'any 2007 més de 1,7 milions de turistes van passar per Barcelona en creuer. A més a més, una immensa majoria d'aquests ho fa com a origen o destí del seu creuer per la Mediterrània. Aquest fet implica un major moviment econòmic per a la ciutat donat que comporta accedir amb avió, utilització de nits d'hotel, etc.

Un dels altres grans actors de la logística a Catalunya, el Saló Internacional de la Logística (SIL), també té la Mediterrània com a una zona estratègica prioritària. De fet, el SIL pretén ser el punt de trobada de referència pel sector logístic d'Europa, Amèrica Llatina i la Mediterrània. I en aquesta línia treballa per potenciar Barcelona i aquest Saló entre els principals operadors logístics de països com el Marroc, Algèria, Egipte i Turquia (que serà precisament país convidat en l'edició d'aquest 2008), expandint darrerament el seu enfocament també cap al Golf Pèrsic, amb especial atenció a Dubai.

Cal destacar, en aquest mateix sector, el creixent interès per aquesta zona d'un nou tipus d'actor logístic. Així, la Mediterrània i l'Orient Mitjà és una de les zones en què l'empresa pública Gestió i Promoció Aeroportuària (GPA), que té com a finalitat aconseguir noves rutes aèries directes a Barcelona, dedica especials esforços per tal de potenciar les comunicacions aèries entre Barcelona i altres ciutats rellevants de la zona. A això s'afegeix que les línies aèries anomenades *low cost* que tenen base operativa a Catalunya, especialment a Barcelona i Girona, com Ryanair, Vueling o Clickair, tenen la Mediterrània com a zona d'expansió estratègica, volant en aquests moments de forma regular a diverses ciutats del Marroc i a Tel Aviv i estudiant noves rutes com Istanbul o el Caire.

El sector de les telecomunicacions i noves tecnologies afins

Si hi ha un sector econòmic que es troba en una revolució en la zona Mediterrània i l'Orient Mitjà, aquest és el sector de les telecomunicacions i les tecnologies relacionades. Factors com el creixement demogràfic; la deficient infraestructura tecnològica fixa per a la transmissió i recepció de les telecomunicacions (telefonía, televisió...); les liberalitzacions dels monopolis estatals de gestió de les telecomunicacions (telefonía fixa, llicències de telefonía mòbil, proveïdors d'Internet...), o la gran proliferació regional de canals de televisió via satèl·lit (autòctons o forans) han permès un creixement espectacular els darrers anys de la demanda de serveis

i tecnologia relacionada amb les TIC. Amb una gran receptivitat cap a les noves tecnologies per part d'àmplies capes de joves i amb el creixement econòmic de gran part d'aquests països, les noves tecnologies han experimentat una autèntica revolució.

Aquest espectacular creixement ha estat aprofitat per empreses catalanes amb productes i serveis capdavanters en els seus segments respectius. És el cas, per exemple, d'empreses catalanes d'enginyeria de solucions integrades per a les telecomunicacions basades en la fibra òptica que han vist en les possibilitats que ofereixen els mercats mediterranis la seva zona d'expansió estratègica. Com a exemple pioner, una important i activa pime catalana del sector ha creat, els darrers anys, filials al Marroc, a Xipre –per cobrir certs mercats de la Mediterrània Oriental– i a Dubai, per l'Orient Mitjà, a causa del creixement que preveu en ambdues zones. Aquesta empresa està guanyant darrerament importants concursos públics a la zona, competint amb multinacionals de primer nivell i fent-se un nom entre certs segments d'alguns d'aquests mercats.

Un altra cas exemplificador d'aquest potencial creixent és una empresa catalana especialitzada en el desenvolupament de continguts per a telefonia mòbil que va guanyar fa dos anys un concurs internacional per ser proveïdora de la segona empresa d'aquest tipus de telefonia al Marroc, Meditel (que alhora té com a accionista de referència a Telefónica Móviles). Aquesta pime catalana està donant serveis similars a altres importants companyies de telefonia mòbil en mercats del Golf Pèrsic, i guanya aquesta presència a costa de grans multinacionals del sector. En la mateixa línia, i com una mostra més de les oportunitats per a les pimes catalanes, una associació de formació en el món del *software*, vinculada a la multinacional Cisco Systems i amb la seva seu a Barcelona, està expandint-se a varies de les diferents economies de la Mediterrània de forma exponencial a causa del seu potencial de creixement.

De fet, l'interès econòmic de les empreses catalanes és fruit del gran desenvolupament que estan experimentant alguns d'aquests països. En

aquest sentit, cal destacar Israel (proveïdor de *software* d'un nombre creixent d'empreses catalanes per al regadiu, maquinària tèxtil, de precisió o per a telecomunicacions), Turquia o Egipte (que té la voluntat de convertir-se en *l'Índia del món àrab*, en al·lusió a l'elevada preparació tècnica dels seus treballadors i la potenciació del sector de la programació). Així, per les bones perspectives, empreses catalanes d'aquests sectors tenen alguns dels països de la zona com als seus principals mercats, molt especialment Turquia i la zona del Golf Pèrsic, on s'està implantant comercialment i on, fins i tot, està adquirint empreses locals per tal d'augmentar la seva presència a la zona.

Sector de serveis vinculats a la construcció

Els darrers anys han coincidit dos importants factors en el sector de la construcció que han fet créixer l'interès de l'empresariat català per aquesta zona. D'una banda, el gran creixement d'aquest sector en alguns d'aquests països. Un creixement que és fruit de les necessitats d'habitatges per poder satisfer el creixement demogràfic de les societats; del ràpid desenvolupament del sector turisme, empès per les importants inversions estrangeres; i de les polítiques governamentals de desenvolupament d'importants infraestructures. De l'altra, hi ha un motiu de caire intern. És el final d'un cicle de creixement del sector de la construcció a l'Estat, que està produint una accentuada saturació i ralentització del sector a Espanya.

La combinació d'aquests dos factors ha fet que els darrers anys moltes pimes catalanes de serveis vinculats a aquest sector hagin apostat per introduir els seus serveis en aquesta zona. Així, un nombre creixent d'immobiliàries catalanes ha començat a oferir els seus coneixements i serveis a Turquia, Egipte i, molt especialment, al Marroc. De fet, hi ha desenes de petites immobiliàries i promotores catalanes amb oficines pròpies a

Marràqueix, Casablanca, la costa mediterrània turca (especialment Antalya) o destinacions turístiques egípcies que ofereixen segones residències i centres turístics a europeus o nacionals de classe mitjana-alta dels mateixos països.

En aquesta mateixa línia, existeixen enginyeries i bufets d'arquitectes catalans que duen a terme projectes a Tànger, Casablanca, Alger i, cada vegada més, al Golf Pèrsic des d'oficines pròpies implantades en aquests països. Aquí cal destacar l'interès i presència creixent d'empresaris catalans amb base permanent a Dubai per operar en tota la zona del Consell de Cooperació del Golf (CCG). Dissenyadors d'interiorisme, de mobiliari i il·luminació urbana, urbanistes i arquitectes, entre d'altres, aspiren a consolidar la seva presència en aquests mercats i s'estan fent un espai entre les multinacionals i grans empreses locals presents ja en aquests països.

També existeixen enginyeries catalanes que estan implicades en projectes de desenvolupament industrial en diversos països de la zona. Concretament, estan treballant en projectes emblemàtics com execussió de complexos industrials o gasoductes.

En aquesta mateixa dinàmica també cal incloure, com a importants casos d'èxit, algunes empreses catalanes molt internacionalitzades i especialitzades en el màrqueting turístic per a governs i per a grans empreses promotores turístiques. Empreses com THR o Tourism & Leisure estan duent a terme projectes molt importants de potenciació del sector turístic tant pel sector públic com pel privat en països com el Marroc, Tunísia, l'Aràbia Saudita o Oman. De fet, alguns d'aquests països s'han convertit en apostes estratègiques per a aquestes empreses en els seus plans de desenvolupament de futur pel seu potencial turístic.

Tanmateix, cal destacar el creixement d'empreses catalanes que gestionen hotels propis o llogats de diferents estàndards en aquesta zona mediterrània, i creixement al Golf Pèrsic. Així, empreses especialitzades en la gestió hotelera i de la restauració estan desenvolupant els seus projectes

d'expansió en uns mercats on el turisme és una de les principals esperances de desenvolupament econòmic. El Marroc, amb el seu Pla Azur, que preveu arribar als 10 milions de turistes el 2010; Egipte, que ja els rep i pretén augmentar-los significativament els propers anys, i, especialment, Turquia, amb uns 20 milions de visitants anuals, són zones d'expansió *natural* per a les empreses catalanes amb un *know-how* d'un sector que presenta unes condicions climatològiques i de desenvolupament sectorial comparables a les espanyoles de fa uns anys.

Una mostra manifesta d'aquest creixent interès immobiliari i de serveis afins per a la Mediterrània i l'Orient Mitjà és el fet que el saló immobiliari més important d'Espanya –el saló Meeting Point que se celebra a Barcelona– hagi dedicat, les darreres edicions, una atenció especial al Marroc, a Turquia i cada vegada més al Golf Pèrsic.

Finalment, cal destacar una certa sofisticació de la col·laboració empresarial catalana en aquest sector en alguns d'aquests mercats. Els casos més significatius són Turquia i certs països del Golf Pèrsic. En el cas de Turquia, on el sector de la construcció està molt consolidat i internacionalitzat, un creixent nombre d'empreses catalanes de serveis vinculats a la construcció (enginyeries d'il·luminació, certes especialitzacions molt tècniques de la construcció, dissenyadors i instal·ladors d'interiorisme...) treballen en tercers mercats en col·laboració amb el seu soci turc. Rússia, Azerbaidjan, Kazakhstan o l'Aràbia Saudita són mercats emergents naturals per als socis turcs de l'empresa catalana, i arriben a acords de col·laboració que d'una altra manera quedarien fora de l'abast de l'empresari català.

En el cas del Golf, molt especialment a Dubai i Qatar, un nombre significatiu d'empreses catalanes del sector han aconseguit projectes rellevants a països com l'Índia, Malàisia o les repúbliques d'Àsia Central mitjançant els col·laboradors que tenen en aquests països. I donades les perspectives econòmiques i d'internacionalització d'aquests mercats i de les seves empreses, és previsible un augment d'aquest tipus de col·laboració triangular entre empreses catalanes molt especialitzades i empreses locals del Golf.

El sector del medi ambient, una sector en ple dinamisme

Entre els sectors de serveis considerats *emergents*, el sector del medi ambient és un dels més amplis i de major potencial de creixement, tant a Catalunya com a la Mediterrània i l'Orient Mitjà. Dins de la categoria de “medi ambient” s'engloben temes tan diversos com el cicle integral de l'aigua, les energies alternatives o el reciclatge industrial i urbà.

De fet, fins fa pocs anys, les possibilitats que oferien aquests sectors en els països de la zona eren més aviat escasses. Però el seu creixement demogràfic, l'important desenvolupament industrial i el potencial benefici econòmic que poden oferir alguns d'aquests subsectors per a les seves societats ha fet que la demanda de serveis relacionats amb el medi ambient tingui uns creixements exponencials. De fet, els actors interessats en l'aplicació de mesures de sostenibilitat mediambiental són múltiples. Organismes multilaterals com el Grup Banc Mundial o el Banc Europeu d'Inversions, els governs dels mateixos estats, entitats autònomes creades *ad hoc* per satisfer aquestes necessitats, com agències de l'aigua, municipis importants i, fins i tot, i cada vegada més, el sector industrial privat estan fent especial èmfasi en polítiques de desenvolupament econòmic sostenible.

Un fenomen nou i cada cop més rellevant és que els diferents estaments i actors implicats estan posant recursos econòmics per a la seva implementació. Aquest fet és el que revalorà l'interès empresarial per aquesta zona, ja que fins fa uns anys les necessitats mediambientals no anaven acompanyades de partides pressupostàries adients per tal d'executar els plans sectorials establerts.

El cas més paradigmàtic és el del tractament del cicle de l'aigua i la seva reutilització i/o potabilització. Les condicions climatològiques i demogràfiques de tots aquests països fan que l'escassetat d'aigua esdevingui una necessitat crònica. Així, tant agències específiques de l'aigua com ajuntaments, ministeris i organismes internacionals estan destinant grans esforços en la potenciació de l'accessibilitat a aigua.

En aquest sentit, un gran nombre de pimes catalanes estan apostant per les oportunitats que ofereixen els concursos a la zona. Enginyeries, empreses de components, de productes químics, empreses amb capacitats per fer projectes “claus en mà” estan entrant en aquests mercats. Al Marroc, Algèria, Egipte o l'Aràbia Saudita hi ha empreses catalanes implicades en diferents projectes dins d'aquest segment.

Aquest sector requereix una menció especial en el cas de Turquia. Aquest país es troba en un procés de desenvolupament econòmic i industrial espectacular, i alhora es troba en ple procés negociador per ingressar a la Unió Europea. Aquests dos fets fan que les necessitats mediambientals hagin passat a ocupar els primers llocs de l'agenda política del país. El fet de ser candidat en negociació implica que Turquia haurà d'adoptar els estàndards comunitaris en matèria també mediambiental, la qual cosa fa que el futur d'aquest sector en aquest país sigui força interessant. A més, paral·lelament a aquestes negociacions, la UE està dedicant molts recursos econòmics a projectes on es materialitzi aquest compromís turc amb els estàndards comunitaris. Aquest fet està facilitant que ja hi hagi empreses catalanes del sector que hagin dut a terme, per exemple, projectes de generació d'energia sostenible en infraestructures turístiques, d'altres amb creixents interessos en el sector del reciclatge industrial i, fins i tot, enginyeries especialitzades darrere d'importants concursos públics de projectes de tractament d'aigua o deixalleries urbanes.

Un altre element que cal destacar en aquest sector és el procés pel qual s'estan rendibilitzant certs segments econòmics que fins fa molt poc es consideraven improductius en aquests països. Així, hi ha una creixent vertebració del teixit de pimes i de microespècies entorn al món del reciclatge. Petites empreses locals i especialment *traders*, que centralitzen majors quantitats de producte de reciclatge, estan desenvolupant el reciclatge selectiu de productes com la roba de segona mà, restes tèxtils, recollida selectiva de diversos tipus de plàstics de diferents tipus de vidres, entre d'altres. Aquesta és una nova cultura socioempresarial, que en certs

països com el Marroc, Egipte o, de forma més madura, Turquia, està apareixent amb certa força.

Les empreses catalanes estan començant a aprofitar-se'n donada la proximitat logística dels potencials proveïdors, els baixos costos de l'obtenció de la *matèria primera* i la creixent escassetat de certs productes a Europa. Existeixen empreses d'aquí que actualment importen part de la seva *matèria primera* (diferents materials de rebuig i restes tèxtils, de PET o altres plàstics) d'aquests mercats per reconvertir-la en productes nous i vendre-la a Europa. Altres, fins i tot, tornen a exportar el resultat de la manipulació a Catalunya a aquests mateixos mercats en forma de producte acabat de valor afegit. De fet, hi ha alguna empresa que, vist el potencial verge de certs segments en aquests mercats, es planteja inversions productives directes en alguns d'aquests països per tal de participar localment en el procés de selecció i reconversió en productes de més valor afegit.

El sector salut, un segment d'oportunitats exponencials. Catalunya com a referent regional

El fet que la població dels països de la zona estigui creixent a un ritme entre l'1,15% i el 3,5% anual està comportant un augment de més de sis milions de persones per any. Això, unit a les millores en les condicions de vida de la població que permet un augment de l'esperança de vida, fa que el sector dels serveis sanitaris sigui un dels que més pressions socials, polítiques i econòmiques rep pel seu desenvolupament a la regió.

La creixent concentració d'aquesta població en ciutats, algunes d'aquestes de més de 3 milions d'habitants com Casablanca, Alger, Ankara o Damasc i d'altres superiors a 12 milions com Istanbul o el Caire, afegeix més pressió per a l'eficaç prestació de serveis de salut per part dels Governos. Com a conseqüència d'això, i de la manca de recursos públics per fer front a aquestes demandes bàsiques creixents, els darrers anys alguns

governos de la zona han optat per obrir el sector de forma significativa a la iniciativa privada, ja sigui nacional o internacional.

A Catalunya aquest sector empresarial, fruit de l'evolució històrica i del model d'Estat del benestar implantat, presenta una gran nombre d'empreses i institucions amb una gran capacitat d'innovació, gestió i tecnologia que tenen un paper creixent a la zona amb formes d'actuació molt diverses.

Així, pel que fa a la gestió d'infraestructures sanitàries a la zona, cal destacar el projecte d'USP Hospitales. Aquest grup hospitalari privat català ha guanyat un concurs internacional per a la gestió durant 30 anys de 13 hospitals públics a diferents ciutats del Marroc, concretament a Casablanca, Rabat, Marràqueix, Tànger i Agadir. La intenció d'aquesta empresa catalana és continuar creixent en països de l'àrea mediterrània i l'Orient Mitjà durant els propers anys. Altres empreses estan mostrant especial interès per a les cessions de la gestió que estan duent a terme diversos governos de la zona, especialment l'egipci o el jordà.

Des d'un altre punt de vista, Barcelona pretén convertir-se en un dels centres sanitaris de referència a la zona de la Mediterrània i l'Orient Mitjà. En aquesta línia existeixen actors que, de forma col·lectiva o individual, estan potenciant aquest vessant. Barcelona Centre Mèdic (BCM), associació de 23 centres de serveis mèdics de la ciutat amb reconegut prestigi internacional, contempla aquesta zona com una de les zones amb més creixement estratègic per als propers anys.

De fet, vol arribar a acords amb diferents actors del sector a països com el Marroc, Egipte o els estats del Golf Pèrsic per tal d'atraure a Barcelona el major nombre possible de persones amb problemes de salut per ser tractades aquí. En el marc d'aquestes accions, BCM ha visitat diverses vegades la principal fira del sector sanitari a la regió, Arab Health de Dubai. Fruit de tots aquests esforços, la regió de la Mediterrània i l'Orient Mitjà és la que més pacients-turistes aporta a Barcelona (un 26% del total) després dels procedents de la UE.

En una línia similar, i a causa de les deficiències en camps molt especialitzats, alguns dels principals laboratoris d'anàlisi clínica especial de Catalunya estan apostant decididament per aquesta zona. La seva activitat implica, novament, fer de Barcelona la ciutat de referència sanitària ja que les mostres d'aquests països es porten aquí per tal de fer les anàlisis. Alguns d'aquests laboratoris han arribat a acords amb socis locals per tal d'obrir oficines pròpies a la zona, en concret a Beirut i el Caire. En aquest sentit, una zona on aquest sector català està posant molt èmfasi és als països del Golf Pèrsic, amb especial atenció a Dubai com a base operativa regional. El potencial que ofereix aquesta línia de negoci per a Barcelona és molt elevat.

Alguns dels membres de BCM ja han arribat a acords estratègics amb certs països de la zona pels quals un cert nombre anual de persones vénen a tractar-se de certs problemes de salut. Aquest és el cas de la Clínica Barraquer que té un acord amb l'exèrcit d'Algèria: cada any vénen a tractar-se la vista gairebé mig miler d'oficials. En una lògica similar i de forma habitual es tracten a la Clínica Barraquer personalitats importants de diversos països del Golf.

Com a cas pioner, però que pot marcar una línia estratègica que cal consolidar i desenvolupar, hem de destacar també l'experiència que està duent a terme l'hospital de Sant Joan de Déu, un dels més prestigiosos del món en el tractament de nens. Membres d'aquest hospital visiten Trípoli (Líbia) de forma regular per tal de fer intervencions especialitzades en aquest país i, en paral·lel, formar equips tècnics en aquests camps i fer que es dotin dels equipaments necessaris per poder donar uns serveis de qualitat *in situ* als seus ciutadans. Si bé aquest cas, o el de la Clínica Barraquer, són relativament aïllats, si és cert que mostren el potencial de Barcelona i dels seus actors del sector sanitari en aquesta zona, i aporten tant oportunitats econòmiques com prestigi a la ciutat.

Cal destacar, per últim, la gran penetració comercial d'un gran i creixent nombre de pimes catalanes de productes, serveis i tecnologia en

segments com el farmacèutic, la ginecologia, equipament mèdic i hospitalari, enginyeries especialitzades en el sector sanitari o fabricants de tot tipus de consumibles hospitalaris.

Encara hi ha, però, un gran camp per recórrer des de Catalunya en aquesta zona en el sector de la salut, considerant les oportunitats presents i futures existents. Així, i segons fonts expertes del mateix sector, empreses de consultoria sanitària, de gestió especialitzada en aquest tipus d'infraestructures o de formació tècnica, tant des de Barcelona com *in situ* en els mateixos països, poden gaudir de grans oportunitats. A més a més, i gràcies entre d'altres als casos pioners comentats, existeix una important receptivitat en aquest aspecte en certs països de la zona pel que fa a les ofertes i propostes que procedeixin de Barcelona.

L'aparició, amb força, de nous actors econòmics catalans a la zona

Des de fa uns anys s'ha produït, des de Catalunya, un fet econòmic en la zona que cal destacar: l'aparició d'un nou tipus d'actor econòmic que ha irromput amb força. Als tradicionals actors actius internacionalment, diferents departaments i organismes de la Generalitat, associacions empresarials (cambres de comerç, patronals, etc.) i les mateixes empreses, s'ha sumat darrerament uns actors híbrids que són públics, o semipúblics, però que es regeixen per paràmetres econòmics de sector privat.

Alguns d'aquests actors amb una important dimensió econòmica estan duent a terme aproximacions estratègiques a la zona de la Mediterrània i l'Orient Mitjà. Entre aquests actors de nova aparició en l'escena econòmica catalana a la zona cal destacar els següents:

El Consorci de la Zona Franca. Aquest important organisme públic de gestió de la Zona Franca de Barcelona es troba en un procés de plena expansió a Catalunya que el duu a desenvolupar noves línies d'ac-

ció en les quals no estava focalitzat amb anterioritat. En aquest sentit, els darrers anys s'està desenvolupant una aproximació a diversos mercats de la zona amb l'objectiu d'establir una zona industrial catalano-espanyola en algun dels mercats emergents més importants. En un primer moment, el Consorci es va plantejar un important projecte en aquesta direcció a Algèria, a causa del creixent interès empresarial català per aquest mercat. Tot i que finalment aquest projecte no va arribar a executar-se, sí que va proporcionar al Consorci una visibilitat i un coneixement exterior a la Mediterrània que no tenia amb anterioritat.

Seguint un model similar, el Consorci ha signat un acord amb una empresa egípcia per a l'estudi de la creació i desenvolupament d'un parc industrial catalano-espanyol a Egipte. Aquest acord està supeditat al fet que un important nombre d'empreses espanyoles decideixin invertir productivament en aquest país per tal de poder gestionar una zona industrial que pugui generar sinergies positives per a les empreses que s'implantin. Tot i que es tracta d'un projecte ambiciós i de lenta implementació, no deixa de ser indicatiu que un organisme com el Consorci, que es troba diàriament amb la problemàtica productiva i logística de les empreses de la Zona Franca, opti per sortir a l'exterior per aprofitar el seu *know-how* començant per la zona mediterrània.

Un altre gran actor amb creixent presència i interès estratègic a la Mediterrània és **l'Ajuntament de Barcelona**. Aquest Ajuntament, a part de desenvolupar diferents accions en la zona a través de l'Àrea de Promoció Econòmica, com *Business Bridges*, té com a programa de govern recent la creació dels anomenats Consolats del Mar. Aquests seran una espècie d'oficines permanents de representació de Barcelona a l'exterior que tindran objectius amplis, entre aquests l'atracció a Barcelona d'actes importants, personalitats rellevants així com potenciar l'atractiu internacional de Barcelona per a la inversió estrangera. En aquesta línia, dintre del programa de desplegaments d'aquests Consolats del Mar, es té intenció de crear-ne de diferents a la zona de la Mediterrània i l'Orient Mitjà. En-

tre aquests estarien els del Marroc, Turquia, Israel i Dubai. Sens dubte, el fet que des del mateix Ajuntament de Barcelona es contemplin aquests destins com uns dels prioritaris per a una representació permanent de la ciutat demostra la rellevància econòmica i estratègica d'aquests per a Barcelona, en general, i per al seu teixit econòmic i social, en particular.

Un dels actors econòmics catalans més destacats i actius en aquesta zona és la **Cambra de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona**. El ventall de programes i projectes que duu a terme a la Mediterrània i l'Orient Mitjà abasta, entre d'altres, trobades empresarials a Barcelona amb líders de la zona, missions comercials, assistència a fires i organització de seminaris. La seva visibilitat, especialment a països com el Marroc o Algèria, fa que Barcelona tingui una important i sistemàtica presència entre certs actors econòmics rellevants de l'àrea. No obstant això, a diferència dels actors tractats en aquest apartat, la presència de la Cambra de Barcelona a la zona no és nova, sinó que data de fa molts anys i, per tant, no és un *nou actor* amb presència econòmica sinó un *actor ja clàssic* en l'àrea.

També cal destacar el fet que diferents **centres de recerca i desenvolupament** tecnològic empresarial de diversos sectors estan mostrant-se cada vegada més actius en la zona mediterrània. Així, la Fundació ASCAMM, de l'Associació Catalana d'Empreses de Motlles i Matrius, està desenvolupant diferents acords de col·laboració i transferència tecnològica amb entitats similars de sectors industrials en països com el Marroc, Egipte o Israel. Per la seva banda, l'Institut de Recerca Tecnològica Agroalimentària (IRTA), que depèn de la Generalitat de Catalunya, està mostrant un interès creixent per a certs països de la zona, arribant a acords de col·laboració en investigació especialitzada amb entitats similars al Marroc, Israel o Turquia.

Amb aquest tipus d'acords, aquests centres d'investigació i desenvolupament catalans estan exportant imatge de qualitat, tecnologia avançada en els seus camps i proporcionant ponts reals als empresaris catalans per

entrar en aquests segments econòmics dels països de la zona on s'estan duent a terme aquests intercanvis. Ambdós centres d'investigació estan optant per aquests països pel fet de ser economies emergents, properes i on Catalunya és una certa referència en els seus camps econòmics respectius.

En aquest apartat cal destacar un darrer actor que, per la seva capacitat tècnica i pel seu volum, pot esdevenir un dels més rellevants en el futur de les relacions econòmiques i tècniques entre Catalunya i aquesta zona del món: **les universitats**. Els darrers anys les universitats catalanes, tant públiques com privades, han mostrat un creixent interès per alguns del països de la zona, ja sigui per atraure estudiants als seus centres a Catalunya, ja sigui per formar-los *in situ* en els seus propis països.

Així, per exemple, la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), l'Escola Superior de Comerç Internacional (ESCI) o la Universitat Rovira i Virgili (URV) han fet esforços per arribar a acords de col·laboració amb organitzacions de formació superior d'alguns d'aquests països, molt especialment al Marroc. Altres, com ESADE, han desenvolupat acords amb centres superiors privats per tal d'implementar els seus models de formació en els centres associats a països com el Marroc o Egipte.

Un dels casos més destacables és la Universitat Pompeu Fabra. Aquesta universitat ja fa uns 10 anys que duu a terme formació especialitzada sobre la gestió de l'Administració Pública a responsables públics d'Algèria en el país. Aquest fet ha significat que, al llarg dels anys, la UPF es consideri una prestigiosa institució de formació superior entre certs segments de l'Administració Pública d'Algèria. Aquesta opció de formació especialitzada en certs segments tècnics en el país mateix pot ser un model a seguir pels diferents estaments catalans implicats ja que la seva capacitat multiplicadora i difusora del coneixement i del prestigi de Catalunya és molt important.

Fins a aquest punt hem presentat els sectors amb més capacitat de creixement en aquestes economies emergents i on l'empresa catalana ja està

present, de forma més o menys amplia. Tanmateix, també s'han presentat altres sectors on les experiències empresarials catalanes són puntuals i pioneres però que exemplifiquen les grans oportunitats de desenvolupament existents, ja que són en sectors de gran valor afegit tecnològic i econòmic on s'estan produint grans canvis a la zona.

Sens dubte, els països de la Mediterrània i l'Orient Mitjà han de ser tinguts més en compte per les empreses i altres actors econòmics catalans del que ho són en aquests moments. El seu potencial demogràfic i de desenvolupament econòmic, la seva proximitat i la capacitat que té Catalunya de convertir-se en un referent regional així ho aconsellen.

En aquest sentit, també hem de destacar que en certs països de la zona, Catalunya i les seves empreses han aconseguit ja un cert prestigi. Així, al Marroc, Algèria i cada vegada més a Turquia i Egipte la realitat econòmica i tecnològica catalana és apreciada com a sinònim de coneixement i valor afegit. Entre les àrees econòmiques dels seus governs el potencial de Catalunya és vist com un soci que cal tenir en compte, i més encara com a possible porta d'accés privilegiat a altres zones econòmiques més amples com Espanya, Europa o, fins i tot, Amèrica Llatina.

Aquesta mateixa lògica d'utilització de l'economia de Catalunya com a pont d'accés és creixentment utilitzada també de forma inversa per multinacionals europees, americanes o asiàtiques per accedir als països de la Mediterrània.

Per tal de poder participar en els reptes econòmics de la zona, des de Catalunya s'han de dissenyar i desenvolupar diferents mesures i projectes a diversos nivells. La finalitat d'aquests han de ser que Catalunya estigui permanentment present entre les personalitats i organismes locals que planifiquen el futur, prenen les decisions i apliquen les polítiques, tant des del sector públic com des del sector privat.

En aquest sentit, a continuació s'exposen algunes de les mesures que podrien ser útils per tal d'afavorir aquest apropament de la seva realitat econòmica a Catalunya i permetre també una major implicació catalana.

Possibles mesures que cal desenvolupar per potenciar la presència econòmica catalana a la zona

Catalunya necessita projecció exterior a zones on pot ser rellevant i influent com a realitat econòmica i política ja que li manquen els recursos polítics, econòmics i simbòlics d'un Estat. La Mediterrània és una de les àrees més adients i potencialment receptives per a aquesta projecció. Segurament la més adient. Aconseguir-ho la revaloraria sensiblement políticament i econòmicament a Europa, Amèrica i la mateixa Mediterrània.

En aquest sentit, tot i l'espectacular creixement econòmic i financer del Golf Pèrsic, Catalunya hauria de concentrar els seus esforços en l'àrea de la Mediterrània, on té molts més interessos en joc i on, de forma realista, pot acabar consolidant-se com una referència necessària. Per tant, la zona del Golf, on col·lisionen els grans interessos estratègics dels grans actors mundials, no ha de ser una zona d'interès econòmic estratègic catalana. Això no vol dir que no es facin esforços a tots els nivells (econòmics, polítics i simbòlics) per tal d'estar el màxim present en aquesta zona en ebullició econòmica. Però no s'haurien de dedicar recursos, ja de per si escassos, de forma sistemàtica a una zona on s'ha de competir amb els interessos de les potències mundials. La *batalla* és massa cara i desigual per obtenir resultats beneficiosos en la mateixa escala que els recursos que s'inverteixen.

La Mediterrània representa el cas contrari. Catalunya ha d'apostar i invertir recursos econòmics, polítics i humans per convertir-se en un actor influent, encara que evidentment no determinant, en aquest espai socioeconòmic. En aquest sentit, en aquesta secció es presenten una sèrie de propostes des d'un punt de vista eminentment econòmic, tot tenint present el necessari suport –actiu i explícit– dels estaments polítics.

La clau de l'èxit en aquest esforç per a les empreses catalanes radica en una sistemàtica i fluïda cooperació entre els estaments governamentals (especialment la Generalitat i l'Ajuntament de Barcelona); el sector pri-

vat (empreses, cambres, associacions sectorials o regionals i patronals) i altres grans actors econòmics (l'Autoritat Portuària de Barcelona, el Port de Tarragona, El Consorci de la Zona Franca, La Fira de Barcelona...). En aquest sentit, s'hauria de definir com una espècie de partenariat públic-privat que generés sinergies positives, evitant les vies individuals encara massa presents a Catalunya.

1. S'haurien de programar importants missions polítiques i econòmiques anuals en certes ciutats de la zona que fixessin objectius concrets i tangibles que s'han d'assolir en cada edició en vistes de l'edició següent. Ciutats com Tànger, Alger, el Caire/Alexandria, Tel-Aviv, Istanbul o Beirut/Damasc requereixen una presència de Catalunya permanent –real i simbòlica. En funció de la ciutat, aquesta missió hauria d'adaptar el seu contingut i expectatives als sectors econòmics més rellevants en cada cas. El fet d'adaptar les delegacions econòmiques a cada realitat atorga molta més credibilitat, capacitat de penetració en el país per part catalana i major receptivitat local.

2. Catalunya ha de tenir, si no és presència permanent (considerant els elevats costos que això suposa i la falta de competències polítiques), sí personal tècnic a les principals organitzacions econòmiques de la zona. Seria important poder ubicar gent en aquestes organitzacions per tal d'aconseguir experts econòmics catalans amb gran coneixement de la zona i donar així visibilitat catalana en aquests organismes. Entre aquests organismes destaquen:

- Les principals oficines del Banc Europeu d'Inversions a la zona;
- La seu regional al Caire de la Corporació Financera Internacional (IFC) del Grup Banc Mundial pel seu programa de desenvolupament del sector privat a la regió (PEP-MENA);
- La seu a Marsella de la xarxa ANIMA que gestionarà el programa regional de la UE Med-Invest;

– I/o certes seus de les principals agències nacionals de desenvolupament i patronals empresarials amb vocació internacional dels principals països de la Mediterrània.

3. En una línia similar, des de Catalunya s'hauria de potenciar la presència de delegacions diplomàtiques i econòmiques permanents de països de la zona a Barcelona. Aquest fet és clau ja que potencia de forma exponencial la visibilitat dels diferents països i les seves realitats econòmiques de forma bilateral.

De fet, cap dels països de la zona, excepte el Marroc i Egipte, té una presència oficial estable a Barcelona, un fet que no deixa de ser sorprenent quan Catalunya sol representar entre una tercera i una quarta part de les relacions econòmiques espanyoles amb aquests països i és terra de destí d'una part molt significativa de l'emigració a Espanya de nacionals d'aquests països. Aquesta absència manifesta de representació oficial permanent a Catalunya es dona tant pel que fa als estats de la Mediterrània com els de la zona del Golf.

S'ha comprovat que el fet de tenir una delegació permanent i activa d'un país a Barcelona potencia molt les relacions polítiques, l'interès econòmic i la cooperació tècnica entre actors catalans i els seus homònims del país en qüestió.

Aquest ha estat el cas, sens dubte, d'Egipte després de l'obertura de la seva Oficina Comercial a Barcelona fa pocs anys. La visibilitat de la realitat econòmica egípcia a Catalunya ha donat un salt qualitatiu que d'una altra manera no s'hagués produït, potenciant els intercanvis tant polítics com econòmics entre ambdós països.

4. Generar a Barcelona un fòrum anual de debat econòmic que reunixi tots els actors econòmics de la zona sense excepció per tal que puguin presentar i intercanviar idees i informacions sobre les respectives polítiques econòmiques. El fet de no excloure ningú donaria a aquest fòrum de Barcelona un pes diferencial respecte d'altres ja existents. Per donar

credibilitat real a Barcelona, caldria que poguessin assistir organitzacions econòmiques, la presència de les quals pot ser políticament sensible. Així, s'hauria de convidar els responsables econòmics d'organitzacions rellevants pels seus països com els Germans Musulmans d'Egipte, de Hamàs de Palestina, de Hezbol·lah del Líban o rellevants patronals islàmiques com la turca MÜSIAD, per tal que poguessin explicar els seus programes econòmics (acotant, en la mesura del possible, el seu discurs als aspectes més estrictament econòmics). Una iniciativa d'aquestes característiques seria molt rellevant per a la imatge de Barcelona a la regió. De forma clara, Barcelona ha d'intentar ser la capital econòmica de la Mediterrània, però també la capital econòmica *per* a la Mediterrània.

5. Aconseguir vols directes amb relativa freqüència entre Barcelona, i potser altres ciutats catalans com Girona, amb les principals ciutats de la zona mediterrània. Això es vàlid per a qualsevol altre lloc del món, però encara és més dramàtic quan per anar a un país de la Mediterrània s'ha de fer escala a un tercer país. En aquest sentit, també seria molt important mantenir i reforçar la connexió marítima regular de passatgers i vehicles (turismes però molt especialment mercaderies) entre Barcelona i Tànger (Marroc) i entre Barcelona i Orà (Algèria)

6. Caldria aprofitar la gran imatge de Barcelona a escala internacional en molts aspectes. En aquest sentit, i des d'un punt de vista merament econòmic, Barcelona representa un model de ciutat amb qualitat de vida per als seus habitants, sostenible, integrador i desenvolupat econòmicament. Per tant, seria molt atractiu poder unificar les grans empreses, públiques i privades, *responsables* de la gestió dels serveis urbans de la ciutat per tal d'implementar totalment o parcialment el Model Barcelona a altres ciutats importants de la zona.

La possible coordinació d'un cert model entre empreses amb molta experiència en els seus camps com Mercabarna a l'hora de garantir l'abastiment d'alimentació a una ciutat, Gas Natural en el camp de la distribució de gas ciutat, Aigües de Barcelona en el camp de l'aigua, empreses

de gestió de residus urbans, de gestió sanitària i de gestió del transport terrestre urbà implicaria una oferta molt atractiva pels principals centres urbans de la zona.

El fet de poder ajudar a implantar empreses tractores d'aquest tipus no només faria que d'altres empreses catalanes s'interessessin per la zona, sinó que donaria prestigi a Catalunya a través del Model Barcelona entre importants capes urbanes beneficiàries de les ciutats que ho implementessin.

A causa de la inevitable emergència de nous centres urbans als països de la zona, els seus governs estan intentant implementar models de desenvolupament d'èxit, un fet que situaria el Model Barcelona en un lloc força interessant per proximitat, afinitat i imatge.

En aquest sentit, s'ha de tenir molt en compte que el futur de la Mediterrània es juga bàsicament a les ciutats com a grans centres de desenvolupament econòmic i creació de llocs de treball. Per tant, la correcta o incorrecta gestió d'aquestes generarà estabilitat o descontentament en un futur proper. I Barcelona pot aportar una experiència molt vàlida.

7. En aquesta lògica de donar un paper rellevant a les autoritats urbanes, també aportaria resultats econòmics el fet que certes ciutats catalanes arribessin a establir *agermanaments estratègics*, amb continguts tangibles, amb altres ciutats amb realitats similars de països de la Mediterrània. Així, per exemple, Tarragona podria arribar a aquest tipus d'acord amb ciutats portuàries petroquímiques de Turquia i Egipte per transferir experiències en la gestió, intercanvi de tècnics, acords de cooperació logística, etc.

Ciutats catalanes rellevants per a certes temàtiques amb connotacions econòmiques, com la diversificació del turisme en nous camps com el rural sostenible (per exemple Besalú), o la gestió de grans zones agrícoles i de l'aigua requerida per aquestes (com podrien ser algunes ciutats de la província de Lleida i de les Terres de l'Ebre), podrien desenvolupar acords estratègics amb implicacions econòmiques, formatives i tècniques amb ciutats similars de l'arc mediterrani.

8. En una època de globalització tecnològica i de la mobilitat, és bàsic poder fer de Barcelona un centre regional del coneixement. Seria molt important aconseguir la coordinació dels principals centres formatius acadèmics i professionals de Catalunya (universitats, hospitals, centres tecnològics, centres tècnics especialitzats com ara els vinculats al Port de Barcelona, etc.) amb el Govern català per tal de potenciar Catalunya, i més concretament Barcelona, com a centre tècnic i formatiu de referència a la zona.

El fet que centenars o milers de futurs professionals mediterranis dels més diversos camps econòmics i tècnics puguin especialitzar-se a Barcelona ens dotaria d'uns ponts personals immillorables, així com d'una influència econòmica de Catalunya molt significativa.

9. La Fira de Barcelona hauria d'arribar a acords estratègics amb les grans ciutats i organitzadors firals de la zona per tal de multiplicar la presència mútua a salons de gran importància. Així, ciutats com Istanbul, el Caire o Tel-Aviv són centres firals importants dins de la zona euromediterrània, i fins i tot en zones més amples com Orient Mitjà o Àsia Central, en diferents segments. Poder garantir una presència oficial i empresarial en els principals actes de la ribera sud de la Mediterrània, i creixement en doble direcció, tindria un notable impacte econòmic i de coneixement.

De fet, diversos salons sectorials de la Fira de Barcelona tenen com a zona d'influència i expansió natural i estratègica certs mercats de la Mediterrània. Així, Hostelco, Construmat, Saló Piscina, Alimentaria o el SIL aposten de forma decidida per mercats com el Marroc, Algèria, Egipte, Israel o Turquia.

Conclusions

Si Catalunya, amb una política sistemàtica i coordinada entre el sector privat i el Govern, aconsegueix realment augmentar i consolidar la seva presència econòmica a la Mediterrània, convertint-se així en un actor econòmic de referència per a la zona, generarà unes sinergies econòmiques molt beneficioses per a ambdues parts. En l'actualitat, empreses britàniques, alemanyes, japoneses, suïsses o nord-americanes ja estan utilitzant la seva presència econòmica aquí per tal d'executar les seves polítiques en veure Catalunya com a porta natural per a aquesta expansió. I això, de nou, torna a revalorar Catalunya en l'entorn econòmic mediterrani. És un cercle que es retroalimenta.

De fet, els sectors serveis aquí esmentats ofereixen unes grans oportunitats de desenvolupament humà, tècnic i econòmic per a qui les vulgui aprofitar. Són mercats amb dinàmiques possiblement difícils pel que fa a la manera de fer negocis. Això és perquè es tracta d'un referent cultural diferent respecte a altres zones culturalment més properes, com s'ha comentat a l'inici d'aquest estudi. No obstant això, és una de les zones econòmiques on Catalunya gaudeix d'una millor posició per tal de ser influent i penetrar en tots els nivells: econòmic, polític, social i cultural. No fer-ho, o al menys no intentar-ho, seria catastròfic per a Catalunya tenint en compte la situació econòmica i política internacional.

Seria nefast que les empreses catalanes quedessin relegades a purs observadors en aquests mercats tant per a aquestes com per a Catalunya en termes de competitivitat internacional. Catalunya pot aprofitar, i ha d'aprofitar, el seu bagatge ampli i divers per tal d'ajudar a desenvolupar aquests importants països, i fer que les empreses catalanes es beneficiïn activament del desenvolupament humà i econòmic de la zona.