

NATION BRANDING DEL QATAR PRINCIPALI STRATEGIE DEL PAESE DEL GCC

Sara Osimani



International Institute for Global Analyses

Vision & Global Trends. International Institute for Global Analyses
Piazza dei Navigatori 22, 00147 – Rome (Italy)

The views and opinions expressed in this publication are those of the authors and do not represent the views of the Vision & Global Trends. International Institute for Global Analyses unless explicitly stated otherwise.

© 2024 Vision & Global Trends - International Institute for Global Analyses
© 2024 Sara Osimani

First Edition: December 2024

Analytical Dossier 15/2024 - ISSN 2704-6419

www.vision-gt.eu
info@vision-gt.eu

NATION BRANDING DEL QATAR PRINCIPALI STRATEGIE DEL PAESE DEL GCC

Sara Osimani



Vision & Global Trends - International Institute for Global Analyse

NATION BRANDING DEL QATAR PRINCIPALI STRATEGIE DEL PAESE DEL GCC

Sara Osimani

STORIA E GEOGRAFIA DEL PAESE

Il Qatar occupa una piccola penisola desertica che si estende a nord nel Golfo Persico. Fu inizialmente occupata da popolazioni nomadi che vi costruirono i loro accampamenti temporanei per tornare periodicamente.¹

Alla fine del VII secolo, la regione passa sotto il controllo del Califfato islamico.

Nel 750 d.C. la dinastia degli *Omayyidi* fu sostituita da quella degli *Abbasidi*, che permise un notevole sviluppo dell'area in particolare a livello economico.²

La dinastia trasferì la capitale da Damasco a Baghdad e l'economia del Golfo crebbe grazie alla creazione di un'ampia rete commerciale.

In questo periodo il Qatar era rinomato per i mercati di cavalli e cammelli, ma soprattutto per il settore delle perle.

L'area sotto la dominazione ottomana divenne un poi punto centrale per il commercio con Olanda, Inghilterra e Francia.

L'autorità ottomana si indebolisce progressivamente fino ad arrendersi all'ascesa degli arabi indigeni.

Nella prima metà del 19 secolo il Qatar si trovò in un conflitto con il Bahrein e Abu Dhabi che portò all'emergere dell'influenza dello sceicco Mohammed bin Thani Al-Thani.

Nel 1916 i dirigenti del Qatar firmarono il Trattato anglo-qatariota che garantiva loro la protezione britannica in caso di attacchi esterni, in cambio dell'assicurazione della posizione neutrale del Paese nel contesto della guerra mondiale e della possibilità di ingerenza sul territorio solo agli inglesi.

Alla fine della guerra mondiale le potenze vincitrici stabilirono i confini dei nuovi Stati nazionali sorti dal crollo dell'impero ottomano.

Negli anni '30 il mondo occidentale stava attraversando un periodo di grave recessione dopo la crisi del 1929, che ebbe un impatto significativo sulla domanda di perle e di conseguenza sull'economia del Qatar.

¹ *Qatar*, Britannica, 2024.

² Ministero degli Affari esteri del *Qatar*, Stacey International, Londra, 2000.

La situazione si ribalta quando nel 1932 la compagnia petrolifera americana *Socal* scopre delle riserve di petrolio in Bahrein, accendendo l'attenzione britannica su potenziali riserve petrolifere del Qatar, che rappresentavano una nuova possibile forma di reddito.

I britannici riuscirono a far firmare ai dirigenti del Qatar un documento che concedeva alla Anglo-Persian Oil Company i diritti esclusivi per la produzione, la raffinazione e la commercializzazione di petrolio, gas naturale e altre risorse.

Le entrate derivanti dalle esportazioni di greggio sono iniziate solo dopo la Seconda Guerra Mondiale.

Il Qatar ha ottenuto l'indipendenza formale dalla Gran Bretagna nel 1971.

Gli ultimi decenni del Paese sono stati caratterizzati dalle riforme di modernizzazione volute dall'emiro Sheik Hamad bin Khalifa Al Thani dalla sua salita al trono nel 1995.³

GOVERNO

Infatti, se fino agli anni '90 il Qatar era considerato un Paese ricco di risorse naturali, ma irrilevante dal punto di vista politico e diplomatico, le misure messe in atto a partire dagli anni Novanta lo hanno portato a raggiungere una posizione centrale all'interno del panorama internazionale.

Il Qatar è una monarchia assoluta guidata dalla famiglia Al-Thani.

Nel 1999 l'Emiro ha rafforzato la partecipazione politica popolare permettendo ai cittadini di votare per le elezioni municipali. Queste sono state anche le prime elezioni che hanno visto il suffragio universale, che ha concesso alle donne il diritto di voto.

Nel 2008 l'Assemblea ha redatto una nuova Costituzione che prevedeva l'elezione popolare dei due terzi del Parlamento (*Majlis al-Shura*), anche se i partiti politici sono rimasti illegali.

Le elezioni del Parlamento sono state rinviate a ottobre 2021.⁴ Le elezioni hanno rappresentato un passo importante verso la democratizzazione del Paese, anche se non hanno cambiato gli equilibri politici del Qatar.

La famiglia Al-Thani ha accentrato tutto il potere nelle sue mani: l'attuale emiro, Tamim ben Hamad Al-Thani, ha nominato Sua Altezza lo Sceicco Abdullah bin Hamad Al-Thani come Primo Ministro nel 2014.⁵

Tuttavia, è anche sulla base di questa centralizzazione del potere e della stabilità della famiglia regnante che l'emiro Khalifa bin Hamad Al-Thani è stato in grado di promuovere una serie di riforme e investimenti che hanno portato il Qatar alla posizione di rilievo che ricopre oggi nella comunità internazionale. Egli ha perseguito l'obiettivo di rendere il Qatar non solo una potenza economica ed energetica, ma anche un attore fondamentale dal punto di vista politico e diplomatico.

VISIONE E OBIETTIVI DELLA POLITICA QATARIOTA

Per uscire dalla sfera saudita e conquistare una posizione centrale nell'area del Golfo, rafforzando al contempo le relazioni con i Paesi occidentali, in particolare con gli Stati Uniti, il governo qatariota

³ A.Bordoni, S. Moretti, Qatar, Treccani, 2007.

⁴ Ansa, Qatar: aperti i seggi per le prime elezioni della sua storia, 2021.

⁵ Ufficio comunicazioni del governo, Stato del Qatar.

ha messo in atto una serie di strategie di *nation branding* che hanno contribuito a creare l'immagine del Qatar come eccellenza nella diplomazia, nell'innovazione e negli eventi globali.

STRATEGIE DI BRANDING NAZIONALE

Il concetto di *nation branding* ha assunto ultimamente rilevanza accademica, anche se non è stato definito con chiarezza.

Tra le definizioni riportate dalla dottrina negli ultimi vent'anni di studi sull'argomento, quella che meglio si applica allo scopo del presente lavoro è: "*Il nation branding riguarda l'applicazione di tecniche di branding e di comunicazione di marketing per promuovere l'immagine di una nazione.*". (Fan, 2006).⁶

Così come un prodotto viene promosso sul mercato attraverso diverse tecniche di marketing che hanno l'obiettivo di renderlo il più attraente per la clientela, il *nation branding* si basa su strategie che i governi mettono in atto per promuovere una certa immagine del Paese sulla scena internazionale.

Quindi, lo sviluppo di una strategia di *nation branding* è composto da diverse sfaccettature in materie specifiche, che poi contribuiscono a creare l'immagine del Paese.

Con la fase di decolonizzazione e la fine della Guerra Fredda, i piccoli Paesi periferici hanno iniziato a rivendicare una posizione all'interno della comunità internazionale per avere la possibilità di difendere i propri interessi.

Lo sviluppo tecnologico e la globalizzazione hanno dato la possibilità a questi attori di costruire la propria immagine e di acquisire soft-power e influenza nei confronti delle "grandi" potenze.

Anche se esiste un numero infinito di strategie e strumenti che un governo può mettere in atto per creare la propria strategia di *nation branding*, è possibile identificare tre serie di obiettivi principali che gli Stati solitamente perseguono:

- Obiettivo economico. Fondamentalmente, la volontà di rilanciare l'economia, attraverso l'attrazione del turismo, gli investimenti stranieri, la crescita delle importazioni e delle esportazioni.
- Politica estera. Acquisire rilevanza nella comunità internazionale per avere la possibilità di avere un "posto" al tavolo delle trattative;
- Politica interna. Migliorare la stabilità interna e "fidelizzare" la popolazione locale.

Pertanto, i piccoli Stati hanno un enorme incentivo ad attuare strategie di *nation branding* come forma di *soft power*, poiché solitamente non possono contare sui mezzi tradizionali per esercitare il potere a livello internazionale e domestico.

Per comprendere meglio quanto possa essere sofisticato il *nation branding*, il presente lavoro analizzerà il caso delle politiche e delle strategie del Qatar attuate a partire dagli anni '90 sotto la guida dell'emiro Hamad bin Khalifa Al Thani.

⁶ A. W. Hao et al., *Two Decades Of Research On Nation Branding: A Review And Future Research Agenda*, Emerald Group Publishing, 2021.

Prospettiva economica

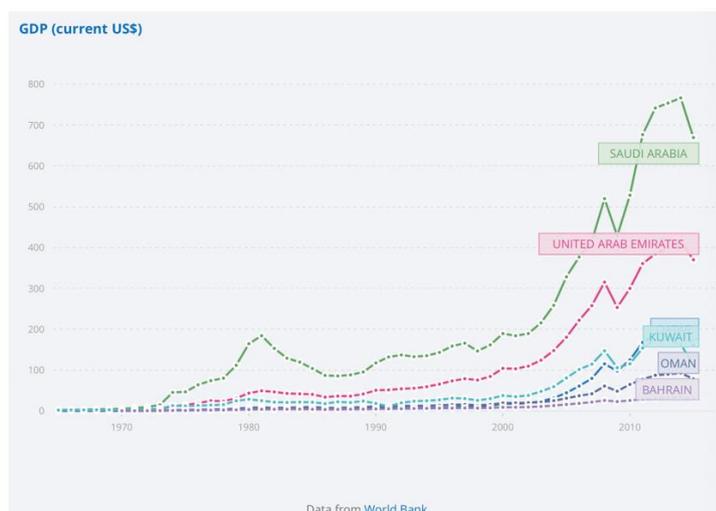
Dal punto di vista economico, il *nation branding* è percepito come l'attuazione di strategie che hanno l'obiettivo di incrementare il vantaggio competitivo di un determinato Paese.

In questo senso, la costruzione di un'immagine nazionale si è rivelata particolarmente importante e vantaggiosa per i Paesi che devono fare i conti con una naturale scarsità di risorse e sono costretti ad aprire i mercati alle relazioni economiche con l'estero per ricevere quei beni che non possono produrre internamente. Le strategie di *nation branding* sono quindi necessarie per migliorare la loro posizione e il loro vantaggio strategico nel mercato globale.

Anche se il Qatar è geograficamente considerato uno dei piccoli Stati dell'area del Golfo, i suoi indicatori economici mostrano come abbia una posizione forte sia nel mercato regionale che in quello globale.

Il Qatar è infatti membro dell'OMC, del Consiglio di Cooperazione del Golfo (GCC) e della Greater Arab Free Trade Area (GAFTA).

Nel 2024 la crescita del PIL reale del Qatar è fissata al 2% con un PIL di 244,69 miliardi di dollari USA (IMF DataMapper, 2024).



IMG: Banca Mondiale

Il Paese del Golfo ha registrato un trend di crescita esponenziale a partire dalla scoperta di giacimenti di petrolio e gas naturale nel corso del 20th secolo.⁷

Sulla base di questa ricchezza di risorse, il Qatar ha potuto costruire un'economia forte che ha visto raddoppiare il reddito nazionale dagli anni 2000 (Giosafat Riganò, 2019).

Tuttavia, l'economia dello Stato è diventata dipendente dal settore del petrolio e del gas, che rappresenta quasi la metà del PIL nazionale. La strategia del governo, attuata dalla Qatar Petroleum, una delle compagnie nazionali responsabili del settore petrolifero e del gas,⁸ è stata quella di concentrarsi sul settore del gas naturale liquefatto (GNL).

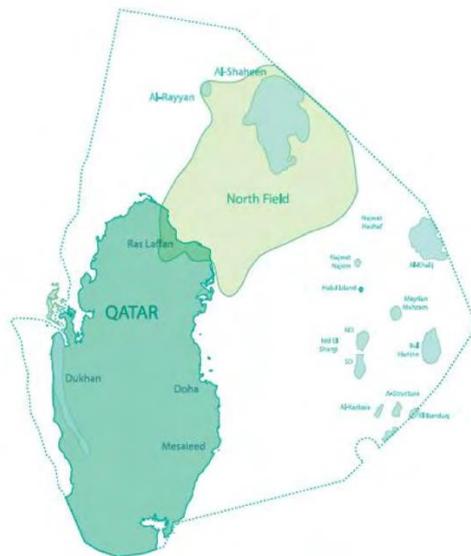
È questa la risorsa su cui il Paese vuole costruire la propria economia e potenza futura, potendo contare sul North Field, uno dei più grandi giacimenti di gas naturale al mondo, scoperto negli anni

⁷ Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Qatar Petroleum, *Il Settore dell'Oil&Gas nell'Emirato del Qatar*, 2019.

⁸ L'amministratore delegato della Qatar Petroleum è Saad Sherida al Kaabi, Ministro dell'Energia.

'70 (il 10% del totale delle riserve mondiali conosciute circa).⁹ Il Qatar è il terzo Paese al mondo per riserve accertate di gas naturale, dopo Iran e Russia.¹⁰

E questo è anche il motivo per cui il Qatar ha lasciato l'OPEC (Organizzazione dei Paesi Esportatori di Petrolio) che è ovviamente focalizzata sul settore petrolifero.



IMG: ICE

In linea con questa strategia il Qatar ha costruito il Pearl GTL, il più grande impianto di GNL al mondo, e un gran numero di treni di liquefazione¹¹ che hanno contribuito a renderlo responsabile di un terzo del mercato globale del GNL e primo nelle esportazioni.

Attualmente il Paese si sta concentrando sulla costruzione dei nuovi North Field East e North Field South, il cui funzionamento attivo previsto per il 2026/27 aumenterebbe la capacità lorda di GNL a 142 milioni di tonnellate all'anno e incrementerebbe la produzione di GNL dell'85% entro il 2030.¹² Nella sua strategia di *nation branding*, il governo del Qatar ha saggiamente utilizzato i vantaggi offerti dalla disponibilità di risorse naturali per strutturare un piano economico a lungo termine basato sulla sostenibilità e sulla diversificazione dell'economia.

Ciò viene delineato nel Qatar National Vision (QNV) 2030, strategia lanciata nel 2008 durante il regno dello sceicco Hamad bin Khalifa Al Thani, che sottolinea la necessità per il Paese di passare dall'economia basata sul petrolio e sul gas ad altri settori, come l'energia pulita, il turismo e lo sport, tra gli altri.¹³

Ovviamente, gli investimenti governativi nel settore energetico continueranno, dato che le entrate da esso derivanti alimentano i progetti del Paese.

Il QNV 2030 risponde alla necessità di costruire un'immagine nazionale concentrandosi su quattro pilastri¹⁴ :

⁹ *Ibidem*.

¹⁰ EDISON, *Come funziona la rigassificazione*.

¹¹ Nei treni di liquefazione il gas naturale viene sottoposto a un processo di refrigerazione a -162°C per essere liquefatto e poi trasportato in specifiche navi metaniere.

¹² PWC, *Qatar Economy Watch 2024*, 2024.

¹³ *Ibidem*.

¹⁴ Consiglio nazionale di pianificazione, *Visione nazionale 2030 del Qatar*.

- Sviluppo umano, basato sullo sviluppo del sistema sanitario e del sistema educativo, migliorandone la qualità, l'efficacia e l'accessibilità economica sia nel settore privato che in quello pubblico.
- Sviluppo sociale, basato sul benessere e la protezione sociale della popolazione, nonché sulla conservazione del patrimonio nazionale e dei valori arabi e islamici, sviluppando al contempo uno spirito di tolleranza verso gli altri e mantenendo un ruolo centrale nella regione.
- Sviluppo economico, basato sulla necessità di creare un'economia diversificata che riduca progressivamente la sua dipendenza dal settore del petrolio e del gas, in grado di attrarre fondi e tecnologie estere e di essere competitiva in un mercato globale fluido.
- Sviluppo ambientale, basato sullo sviluppo di un'economia sostenibile e su strategie di protezione ambientale.

Il governo ha ora introdotto la Strategia di sviluppo nazionale 2024-2030, che costituisce la fase finale del QNV 2030.

Questa strategia si concentra sullo sviluppo di un'economia diversificata e sostenibile e sulla facilitazione del credito alle imprese private per attrarre investimenti internazionali.

Il piano del Qatar prevede anche il potenziamento di altri settori industriali come quello metallurgico e chimico.

Il Paese ha anche lanciato programmi di energia verde in linea con la priorità globale della sostenibilità, come la centrale solare fotovoltaica di Al Kharsaah che amplierà la sua capacità di energia solare.

Inoltre, una delle compagnie del Qatar più conosciute al mondo, la Qatar Airlines, ha l'obiettivo di raggiungere emissioni nette di carbonio pari a zero entro il 2050.

In generale, il Qatar ha rafforzato la sua immagine di forza economica globale per accrescere la sua competitività sul mercato il che può consentirgli di avere voce in capitolo nel panorama internazionale e di attrarre investimenti stranieri.

Gli investimenti esteri possono essere interpretati come uno strumento di branding nazionale, in quanto grazie al potere che il Qatar ha costruito sulla base del suo settore degli idrocarburi ha acquisito una leva finanziaria internazionale e quindi la possibilità di "*finanziare investimenti strategici nel quadro delle attività di nation-branding*".¹⁵

Infatti, nel 2005 il Qatar, con le riserve in eccesso derivanti dai redditi da idrocarburi, ha istituito un fondo sovrano - Qatar Investment Authority (QIA) - che ha il mandato di proteggere e incrementare le attività finanziarie del Qatar e di assicurare agli stakeholder un impatto positivo in cambio dei loro investimenti.¹⁶

Questa autorità è quindi quella che, determinando un controllo pubblico degli investimenti strategici, permette al governo del Qatar di allineare la sua strategia di nation-branding con la sua politica di investimenti.

Diplomazia dello sport

Un altro pilastro della strategia di branding del Qatar è lo sviluppo del settore sportivo. Il Paese ha infatti sviluppato una complessa e crescente diplomazia nel campo dello sport principalmente investendo in squadre straniere e ospitando eventi sportivi internazionali, di cui il Campionato Mondiale di Calcio FIFA 2022 è solo l'esempio più noto.

¹⁵ A. A. Mohib, C. Carrol, Nation Branding as a tool to attract foreign direct investments: a case study of Qatar, Place Branding and Public Democracy.

¹⁶ Autorità per gli investimenti del Qatar (QIA). URL: <https://www.qia.qa/en/about/pages/default.aspx>.

Questi settori di investimento hanno visto una crescita esponenziale a partire dalla crisi economica del 2008, che ha rappresentato una possibilità senza precedenti di entrare nel mercato europeo attraverso l'attività del QIA. Infatti, il Qatar ha approfittato dei periodi di crisi in cui l'UE è più favorevole ad accettare investimenti stranieri, al fine di ottenere un'influenza nell'area.

Secondo i dati, il Qatar è uno dei principali investitori nei Paesi europei della regione del Golfo.¹⁷

La parte di investimenti che ha rilevanza ai fini del presente documento è costituita dagli Investimenti Diretti Esteri con finalità politiche ed economiche.

Insieme al QIA esiste un altro fondo sovrano che controlla e dirige gli investimenti del Qatar: il Qatari Sports Investments Funds (QSI).

Il QSI è stato istituito nel 2005, su iniziativa dell'attuale emiro Tamim bin Hamad Al Thani, e i suoi investimenti nel settore dello sport in Europa si sono allineati con la politica estera del Qatar, rendendolo un attore cruciale in questo campo.

In realtà, il Qatar ha sviluppato questa strategia a lungo termine sin dal 2004, quando il Campionato mondiale di tennistavolo si è tenuto presso il Qatar International Exhibition Center di Doha. In seguito, il Qatar ha ospitato una serie di eventi sportivi internazionali, arrivando fino al suo apice quando nel 2010 la FIFA ha nominato il Qatar come sede dei Mondiali di calcio del 2022, nonostante i Paesi favoriti fossero gli Stati Uniti e il Regno Unito.

La Coppa del Mondo è l'unico evento, insieme alle Olimpiadi, in grado di attirare una copertura mediatica globale e di rispondere alla volontà del Qatar di diversificare la propria economia e di costruire un'immagine internazionale per attrarre investimenti stranieri e turismo.

È necessario ora approfondire il ruolo del governo francese nella suddetta assegnazione.

Il Qatar avrebbe usato infatti la sua leva finanziaria per ottenere il sostegno politico del governo e del presidente Nicholas Sarkozy nella competizione per l'organizzazione della Coppa del Mondo FIFA 2022.

Il 23 novembre 2010, pochi giorni prima del voto, Sarkozy ha ospitato un pranzo informale a cui hanno partecipato Michel Platini, presidente della UEFA e quindi uno dei 22 membri votanti del comitato esecutivo della FIFA, e Tamim Al Thani. Durante questo incontro il Presidente francese avrebbe fatto pressioni su Platini affinché votasse per il Qatar e affinché il Paese del GCC acquistasse il Paris Saint-Germain (PSG), la sua squadra del cuore, in cambio di attrezzature militari francesi.

Infatti, nel 2011 QSI ha concordato una sponsorizzazione con il Barcellona che ha portato all'applicazione del logo della Qatar Foundation sulla maglia della squadra spagnola e ha acquistato il 70% del Paris Saint-Germain. QSI ha quindi investito un'enorme quantità di denaro nel PSG, aumentandone significativamente il valore.¹⁸

Anche se nel 2016 un'indagine interna condotta dalla FIFA non ha provato concretamente gli schemi di corruzione, ci sono prove evidenti dell'influenza del Qatar nella decisione finale.¹⁹

Un ulteriore esempio della strategia qatariota nel contesto della Coppa del Mondo è il *bishit* - tradizionale mantello arabo indossato per le cerimonie - che l'emiro Tamim Al Thani ha fatto indossare a Lionel Messi prima dei festeggiamenti per la vittoria della competizione. In questo modo le immagini del calciatore argentino, protagonista indiscusso dei Mondiali, che solleva la coppa con il simbolo del Qatar sulle spalle rimarranno per sempre nella storia.

¹⁷

¹⁸ M. Szalai, *Virtual Enlargement in Practice*, The Arab Gulf and the West, Taylor and Francis, 2018, p. 181.

¹⁹ L. Rigamonti, *Mondiali, Inchiesta Report* fa Luce sui Rapporti FIFA-Qatar, Eurosport, 2023.

Questa può essere considerata una sofisticata strategia di branding nazionale o più semplicemente di "sport washing".²⁰

In conclusione, è possibile affermare che il Qatar persegue il suo obiettivo di costruire un'immagine nazionale e di diversificazione economica attraverso la diplomazia dello sport, basata su tre pilastri principali:

- Ospitare eventi sportivi internazionali;
- Infrastrutture edilizie ;²¹
- Investire nelle squadre sportive.

Vale la pena ricordare che il coinvolgimento francese nella candidatura alla Coppa del Mondo FIFA 2022 è stato alla base dello scandalo in corso *del Qatar-gate*. Il quotidiano *France Football* ha condotto una ricerca sui presunti intrecci politici e finanziari all'interno del Parlamento europeo che hanno visto il Qatar aggiudicarsi la possibilità di organizzare l'evento.²²

L'inchiesta coinvolge 60 eurodeputati e le azioni di corruzione sembrano essere attribuibili a funzionari e ONG legati al Qatar. La Presidente del Parlamento europeo, Roberta Metsola, in risposta a questo scandalo ha promesso un miglioramento della trasparenza sui contatti diretti o indiretti con attori stranieri. Un'altra misura è stata quella di impedire ai rappresentanti del Qatar di entrare nell'istituzione. Il governo del Qatar ha risposto minacciando l'interruzione delle forniture di GNL; e come già detto, il Qatar è uno dei principali fornitori di questa risorsa e ciò gli conferisce un'influenza internazionale.²³

Per quanto riguarda la risposta della FIFA, il nuovo presidente dell'associazione Infantino ha condannato pubblicamente gli eventi che circondano la Coppa del Mondo 2022 e le azioni dell'ex presidente della FIFA, ma ha poi difeso la posizione del Qatar dell'evento e ha anche spostato la sua residenza nel Paese del GCC.

LA DIPLOMAZIA NELLE CRISI INTERNAZIONALI

La Coppa del Mondo FIFA 2022 è legata anche a questioni puramente diplomatiche e offre l'opportunità di fornire una visione delle strategie di branding nazionale da una prospettiva politica.

Il Qatar ha incontrato difficoltà nella preparazione dei Mondiali di calcio da quando, nel 2017, è iniziata la cosiddetta crisi diplomatica qatarina, da quando Arabia Saudita, Egitto, AUE e Bahrein hanno imposto un blocco al Paese. Il Quartetto arabo ha presentato un ultimatum al Qatar che comprendeva una lista di 13 richieste a cui il Paese avrebbe dovuto allinearsi, tra cui la cessazione di ogni rapporto con i Fratelli Musulmani - soprattutto all'indomani della Primavera araba, quando il governo qatariota finanziò partiti politici con stretti legami con l'organizzazione islamica -, la chiusura di Al Jazeera Media Network - canale televisivo satellitare qatariota su cui il giornale si concentrerà nel prossimo capitolo - e il ritiro di ogni missione diplomatica in Iran.

Le richieste non sono state accolte dal governo del Qatar che ha dovuto subire un embargo nella regione che lo ha costretto a sviluppare vie di approvvigionamento alternative per l'importazione di tutti i materiali per la costruzione delle infrastrutture associate alla Coppa del Mondo.

²⁰ ilPost, Le polemiche sul mantello dato a Messi dopo la vittoria dei Mondiali, 2022.

²¹ Per i Mondiali di calcio del 2022 il governo ha costruito sei stadi e ristrutturato due stadi già esistenti. Oltre a costruire e ristrutturare strade, alberghi e altre infrastrutture.

²² Treccani, *Qatargate*, 2023.

²³ ISPI, *Qatargate: i confini dell'etica*, 2022.

Ma se l'obiettivo del Quartetto era quello di influenzare la politica estera del Qatar attraverso la pressione economica, l'effetto è stato invece quello di rafforzare l'indipendenza del Qatar, aumentando la produzione interna di beni e servizi di base e rafforzando i legami tra il Qatar e due rivali nella regione, la Turchia e l'Iran.

La stessa Turchia è una grande sostenitrice dei Fratelli Musulmani nella regione. Mentre l'Iran è diventato il corridoio attraverso il quale il Qatar ha potuto muoversi a livello internazionale, dal momento che l'Iran ha dato allo Stato del GCC il permesso di utilizzare il suo spazio aereo in cambio di un pagamento di 100 milioni di dollari all'anno.

Questo blocco ha portato a una radicalizzazione del conflitto intra-sunnita tra l'asse Türkiye-Qatar e l'asse Saudi-UAE nel panorama geopolitico.

Il 5 gennaio 2021 i cinque Paesi hanno firmato un accordo - Dichiarazione di Al-Ula - nel contesto del 41 Vertice del GCC che ha posto fine al blocco e ha aperto la strada a una normalizzazione delle relazioni tra il Qatar e il Quartetto arabo.²⁴ L'accordo si basa su tre punti chiave: la revoca del blocco, la rinuncia del Qatar alla richiesta di indennizzo e la fine della propaganda denigratoria da parte di entrambi gli attori.

Ancora una volta, la Coppa del Mondo FIFA 2022 è stata la piattaforma internazionale perfetta per mostrare la ripresa delle relazioni diplomatiche. Allo stadio di Lusail l'emiro Tamim Al Thani ha sventolato e drappeggiato intorno al collo la bandiera dell'Arabia Saudita durante la partita del Paese del GCC contro l'Argentina. Mentre il sovrano saudita Mohammed bin Salman ha indossato la sciarpa del Qatar per sostenere la squadra nazionale nella partita contro l'Ecuador. Oltre a queste dimostrazioni pubbliche di sostegno reciproco, l'accordo del 2021 è un chiaro segno del crescente potere internazionale del Qatar, dovuto all'aumento dell'indipendenza diplomatica e commerciale. Questo si può notare dal fatto che nessuno dei punti dell'ultimatum del 2017 è stato menzionato²⁵ e il governo ha dichiarato che non avrebbe interrotto le relazioni con l'Iran o la Turchia.

La situazione è cambiata sotto la forte influenza degli Stati Uniti. All'inizio gli Stati Uniti si sono schierati con il fronte saudita, ma poi l'amministrazione Trump ha invertito la sua direttrice politica e ha deciso di proporsi come mediatore per promuovere il dialogo tra le parti.

Gli Stati Uniti hanno un legame speciale con il Qatar da quando nel 2001, durante la *Guerra al terrore*, hanno stabilito la più grande base militare nell'area del Medio Oriente, *Al Udeid*. La base, che poteva ospitare più di 10.000 unità americane, è stata un centro vitale per le operazioni aeree del Comando centrale statunitense nella regione.

Nel 2003 è diventata anche base aerea del CENT COM, portando a uno spostamento delle forze americane dall'Arabia Saudita, dove la loro presenza era più controversa.

Il Qatar ha sfruttato questo vantaggio per costruire la sua posizione di hub per la risoluzione delle crisi internazionali e la diplomazia, come una delle sue strategie di branding nazionale.

Infatti, essere riconosciuti a livello internazionale come mediatori in conflitti di medio e lungo termine garantisce una posizione centrale e rinomata nel panorama globale, nonché la possibilità di sviluppare un'immagine forte che permette al Paese di avere un posto al "tavolo dei grandi".

Ci sono diversi negoziati di crisi internazionali che il Qatar ha promosso o in cui è stato coinvolto. Il ritiro totale delle forze militari dall'Afghanistan da parte dell'amministrazione statunitense, che ha permesso al regime talebano di riprendere il controllo del Paese, ha offerto al Qatar un'occasione insostituibile per rafforzare la sua posizione di mediatore nella regione, grazie ai suoi legami con entrambe le parti.

²⁴ N. Kabbani, *The Blockade on Qatar helped strengthen its economy, paving the way to stronger regional integration*, Brookings, 2021.

²⁵ A. Del Luca, *Distensione nel Golfo: Il Qatar Esce dall'Isolamento*, ISPI, 2021.

Il Paese ha infatti ospitato i dialoghi tra gli Stati Uniti, il governo afghano e i Talebani fin dai primi anni 2000²⁶ e dopo il crollo del governo ufficiale, il Qatar ha avuto un ruolo fondamentale nell'evacuazione del personale statunitense e dei civili afghani dal Paese.

Il ruolo del Qatar nella diplomazia si è esteso anche al di fuori della regione mediorientale, ha infatti assunto una posizione di rilievo nella crisi tra Russia e Ucraina, mediando i negoziati tra le due parti. Ovviamente i diplomatici del Qatar, anche per la vicinanza geografica, si sono impegnati nella mediazione tra i vari attori coinvolti nell'escalation di violenza riguardante la questione palestinese dal 7 ottobre 2023. La forza diplomatica del Qatar diviene qui evidente data per la sua capacità di mantenere una politica estera neutrale. Il Paese del GCC bilancia la presenza dei leader di Hamas e l'alleanza in corso con gli Stati Uniti, che danno un sostegno incondizionato al governo israeliano. Di fatto, il coinvolgimento del Qatar è cruciale per qualsiasi possibilità di dialogo costruttivo tra gli attori coinvolti verso una risoluzione della crisi in corso.

Anche se nello scenario attuale il conflitto sembra essere irreparabile, gli sforzi del Qatar hanno visto risultati positivi sia nella fornitura di aiuti umanitari alla popolazione della Striscia di Gaza sia nel successo della restituzione degli ostaggi a Israele.

Tuttavia, la posizione di neutralità in una situazione caratterizzata dall'estrema polarizzazione degli attori coinvolti e dell'opinione pubblica ha rivelato le sue difficoltà. Le crescenti pressioni esercitate da Israele sul Qatar affinché espellesse le autorità di Hamas dal Paese hanno fatto traballare anche la posizione dell'alleato statunitense.

Si può affermare però che gli Stati Uniti continuano a vedere il Qatar come un partner fondamentale nell'area, dato che nel settembre 2024 è stato il primo Paese del GCC a entrare nel programma di esenzione dal visto degli Stati Uniti, che consente ai cittadini di entrambe le nazionalità di viaggiare senza visto nei due Paesi fino a 90 giorni, e questo è un segno di una partnership ancora più forte.²⁷

Diplomazia dei media

Israele, nella sua azione di pressione sul Qatar, ha lanciato una campagna contro il Qatar, prendendo di mira anche la rete televisiva statale Al Jazeera Media Network, uno dei principali strumenti di *soft power* e di *nation branding* che il Paese del GCC ha utilizzato negli ultimi decenni.

Al Jazeera è un canale satellitare indipendente fondato nel 1996 che ha dato la possibilità ai Paesi arabi di rappresentare una narrazione alternativa - per distaccarsi dal punto di vista occidentocentrico solitamente promosso dai media - e al Qatar di iniziare a costruirsi un'immagine nella comunità internazionale. Nel 2005 Al Jazeera è risultata quinta in una classifica dei marchi più influenti al mondo, come riporta il *The Guardian*.²⁸

Di fatto, il canale ha dato la possibilità di avere uno spazio mediatico ai rappresentanti ufficiali dell'area, ma anche ai membri dell'opposizione.

È stato durante le Primavere arabe che Al Jazeera è diventato uno strumento di *soft power* e di affari esteri, essendo uno dei mezzi attraverso cui il Paese ha dato sostegno ai gruppi islamici affiliati ai Fratelli Musulmani. Questo è stato un vantaggio per la politica del governo qatariota nella sua strategia di *nation branding* poiché, nonostante sia stato accusato di una copertura parziale e pregiudizievole degli eventi e persino di essersi schierato con "organizzazioni terroristiche", è grazie ad Al Jazeera se il Qatar ha guadagnato credibilità come attore internazionale dentro e fuori la

²⁶ A. Bagheri, *The Afghan Crisis and Qatar Mediation in the Region*, Middle East Political and Economic Institute, 2021.

²⁷ Al-Jazeera, *Partenariato Strategico*, 2024.

²⁸ S. Brook, *Al-Jazeera è il quinto marchio al mondo*, *The Guardian*, 2005.

regione. E attraverso questa immagine ha iniziato a costruire una rete di alleanze e partnership che hanno sostenuto la sua strategia politica estera.

Il sostegno alle organizzazioni islamiche è il motivo per cui, come già detto, Israele ha emanato una legge nell'aprile 2024 che ha messo al bando Al Jazeera, accusata di fare propaganda per Hamas. Ma bisogna anche considerare che Al Jazeera è uno dei pochi media presenti nella Striscia di Gaza e che può riportare notizie sulla situazione attuale.

CONCLUSIONE

Per trarre le conclusioni di questo lavoro è possibile affermare che, anche se le strategie di *nation branding* del Qatar sono state affrontate solo in parte – ad esempio, la diplomazia culturale è un asset fondamentale che il Paese sta sviluppando ultimamente - il governo ha saggiamente sfruttato le sue risorse naturali per rafforzare la posizione del Qatar nel panorama internazionale.

Il Paese ha infatti una posizione di rilievo dal punto di vista economico, politico, diplomatico e commerciale, nonostante le sue limitate dimensioni geografiche e demografiche che avrebbero potuto rappresentare un enorme svantaggio in caso di “cattivo governo”.

Nonostante ciò, il Qatar ha ovviamente molti punti su cui concentrarsi per migliorare la propria immagine, dal contrasto alle violazioni dei diritti umani osservate durante la Coppa del Mondo FIFA 2022 al legame con organizzazioni che molti Stati della comunità internazionale considerano "terroristiche".

Solo il tempo ci dirà se il Paese del GCC sarà ancora in grado di bilanciare questa rete di contatti con attori diversi e a volte contrastanti, mantenendo la sua posizione neutrale e credibile.

Tuttavia, questo è un chiaro caso di come il *soft power* e il *nation branding* siano essenziali nel mondo globalizzato di oggi per sopravvivere e guadagnare influenza.

BIBLIOGRAFIA

A. A. Mohib, C. Carrol, *Nation Branding As A Tool To Attract Foreign Direct Investments: A Case Study Of Qatar*, Place Branding and Public Democracy.

A. Bagheri, *The Afghan Crisis and Qatar Mediation in the Region*, Middle East Political and Economic Institute, 2021. URL: <https://mepei.com/the-afghan-crisis-and-qatar-mediation-in-the-region/> Ultimo visto: 17.10.2024

A. W. Hao et al., *Two Decades Of Research On Nation Branding: A Review And Future Research Agenda*, Emerald Group Publishing, 2021.

A. Bordoni, S. Moretti, *Qatar*, Treccani, 2007. URL: [https://www.treccani.it/enciclopedia/qatar_\(Enciclopedia-Italiana\)/#:~:text=Stato%20dell'Asia%20sud%2Doccidentale,del%20piccolo%20emirato%20\(744.029%20ab](https://www.treccani.it/enciclopedia/qatar_(Enciclopedia-Italiana)/#:~:text=Stato%20dell'Asia%20sud%2Doccidentale,del%20piccolo%20emirato%20(744.029%20ab). Ultimo visto: 07.10.2024

A. Del Luca, *Distensione nel Golfo: Il Qatar Esce dall'Isolamento*, ISPI, 2021. URL: <https://www.ispionline.it/it/pubblicazione/distensione-nel-golfo-il-qatar-esce-dallisolamento-28826> Ultimo visto: 17.10.2024

Al-Jazeera, Strategic Partnership, 2024. URL: <https://www.aljazeera.com/news/2024/9/24/strategic-partnership-us-admits-qatar-to-visa-waiver-programme> Ultimo visto: 17.10.2024

Ansa, Qatar: aperti i seggi per le prime elezioni della sua storia, 2021. URL: https://www.ansa.it/sito/notizie/mondo/mediooriente/2021/10/02/qatar-aperti-i-seggi-per-le-prime-elezioni-della-sua-storia_4441e97b-61d3-43b2-a3cd-65e511873860.html Last seen: 07.10.2024

Storia dell'articolo, *Qatar*, Britannica, 2024. URL: <https://www.britannica.com/place/Qatar/Government-and-society> Ultimo visto: 07.10.24

EDISON, *Come funziona la rigassificazione*. URL: https://www.edison.it/sites/default/files/documents/Appr_Come_funziona_la_rigassificazione_Edison_0_0.pdf

Ufficio comunicazioni del governo, Stato del Qatar. URL: <https://www.gco.gov.qa/en/about-qatar/the-government/> Ultimo visto: 07.10.2024

ilPost, Le polemiche sul mantello dato a Messi dopo la vittoria dei Mondiali, 2022. URL: <https://www.ilpost.it/2022/12/19/polemiche-mantello-messi-bisht-mondiali/> Ultimo visto: 15.10.2024

DataMapper del FMI. URL: https://www.imf.org/external/datamapper/NGDP_RPC@WEO/QAT. Ultimo visto: 08.10.2024

ISPI, *Qatargate: i confini dell'etica*, 2022. URL: <https://www.ispionline.it/it/pubblicazione/ispitel-qatargate-i-confini-dell'etica-37092> Ultimo visto: 14.10.2024

K. Al-Jaber, L'importanza della diplomazia: Come la mediazione del Qatar sta influenzando Gaza, Medio Oriente
Consiglio per gli affari globali, 2024. URL: https://mecouncil.org/blog_posts/the-importance-of-diplomacy-how-qatari-mediation-is-impacting-gaza/ Ultimo visto: 16.10.2024

L. Rigamonti, Mondiali, Inchiesta Report fa Luce sui Rapporti FIFA-Qatar, Eurosport, 2023. URL: https://www.eurosport.it/calcio/mondiali/2022/mondiali-inchiesta-report-fa-luce-sui-rapporti-fifa-qatar-mondiali-e-armi-monete-di-scambio-per-l-as_sto9227657/story.shtml Ultimo visto: 16.10.2024

M. Szalai, *Virtual Enlargement in Practice*, The Arab Gulf and the West, Taylor and Francis, 2018.

Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Qatar Petroleum, *Il Settore dell'Oil&Gas nell'Emirato del Qatar*, 2019. URL: <https://www.ice.it/it/sites/default/files/inline-files/Newsletter%20n.6%20Maggio%202019%20-%20II%20settore%20dell%27Oil%20e%20Gas%20nell%27Emirato%20del%20Qatar.pdf>

Ministero degli Affari Esteri del *Qatar*, Stacey International, Londra, 2000. URL: https://www.qatarembassy.or.th/download/Complete_History_of_Qatar.pdf Ultimo visto: 07.10.2024

N. Kabbani, The Blockade on Qatar helped strengthen its economy, paving the way to stronger regional integration, Brookings, 2021. URL: <https://www.brookings.edu/articles/the-blockade-on-qatar-helped-strengthen-its-economy-paving-the-way-to-stronger-regional-integration/> Ultimo visto: 17.10.2024

Consiglio nazionale di pianificazione, Visione nazionale 2030 del Qatar. URL: <https://www.psa.gov.qa/en/qnv1/pages/default.aspx>

PWC, Qatar Economy Watch 2024, 2024. URL: <https://www.pwc.com/m1/en/publications/documents/2024/qatar-economy-watch-2024.pdf>

S. Brook, Al-Jazeera è il quinto marchio al mondo, The Guardian, 2005. URL: <https://www.theguardian.com/media/2005/feb/01/marketingandpr.broadcasting> Ultimo visto: 17.10.2024

Treccani, *Qatargate*, 2023. URL: [https://www.treccani.it/vocabolario/neo-qatargate_\(Neologismi\)/](https://www.treccani.it/vocabolario/neo-qatargate_(Neologismi)) Ultimo visto: 16.10.2024

Sara Osimani - *Dottoressa in Scienze della Mediazione Linguistica presso la Scuola Superiore per Mediatori Linguistici di Pisa, e Master in Relazione Internazionale e Protezione Internazionale dei Diritti Umani presso SIOI (Società Italiana per l'Organizzazione Internazionale), attualmente studente magistrale in Investigazione, Criminalità e Sicurezza Internazionale, presso l'Università degli Studi Internazionali di Roma. Stagista presso Vision & Global Trends International Institute for Global Analyses, nell'ambito del progetto [Società Italiana di Geopolitica](#).*



Vision & Global Trends - International Institute for Global Analyses

www.vision-gt.eu

info@vision-gt.eu