

Expo Dubai volano per la crescita di tutta la Penisola Arabica

Area del Golfo. I programmi di sviluppo varati negli Emirati ampliano le opportunità di investimento per le imprese estere anche senza soci locali

Testi a cura di
Laura Cavestri

Dopo la contrazione, la ripresa. Torna a crescere l'interscambio tra Italia ed Emirati Arabi e soprattutto l'export italiano di Made in Italy che, con il congelamento (non breve) dei rapporti con Mosca, punta a scalare di nuove posizioni importanti nelle relazioni con la Penisola arabica.

Secondo l'Osservatorio economico del ministero degli Esteri, nel 2021 l'interscambio si è chiuso poco sotto i 7 miliardi. Aveva superato gli 8 miliardi nel 2020, ma l'anno scorso abbiamo ridotto l'import di petrolio (da 4,5 miliardi a due) ed accresciuto del 25% l'export (da 3,8 a 4,8 miliardi), in una dinamica che continuerà anche nei prossimi anni con un tasso di crescita per il 2022 del 9,5 per cento. Resta ferma al 2,5% circa la quota di mercato dell'export Made in Italy, poco sotto al 2,8% del Regno Unito. Mentre i tedeschi superano il 4 per cento.

A far da traino, secondo il rapporto dell'Ufficio Studi di Sace, saranno i settori dei beni di investimento (+17,6%), in particolare la meccanica strumentale (+14,8%) che beneficerà dei piani di diversificazione del Governo volti a trasformare la Federazione in un hub manifatturiero.

L'Italia esporta verso gli Eau per lo più gioielleria e oreficeria, meccanica,

macchinari anche per l'estrazione delle materie prime e mobili, con 238 milioni di euro di export di arredo e design nel 2021 (in crescita di oltre il 20% sul 2020, che sul 2019 aveva visto un calo di oltre il 6%).

In questi anni le difficoltà sono state anche accresciute – covid a parte – dalla decisione del Parlamento italiano (poi rimossa l'estate scorsa) di fermare la vendita di armi, da parte nostra, al Paese, per il suo coinvolgimento in alcuni scenari di guerra (dalla Libia allo Yemen). Tensione cui sono seguite ritorsioni emiratine ma anche la progressiva sostituzione di una politica estera muscolare con una di maggiore apertura agli investimenti esteri.

Con l'«Operazione 300 miliardi», ad esempio, il governo emiratino punta a espandere il settore industriale per arrivare in dieci anni ad aumentare il Pil derivante dal comparto dagli attuali 35 miliardi di euro ad 80 miliardi, oppure la riforma che ha permesso la proprietà straniera delle imprese locali al 100%, senza ricorrere a soci emiratini, prima possibile solo all'interno delle Zone Economiche Esclusive.

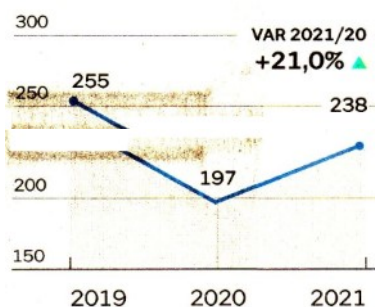
«L'Expo di Dubai è stata una grande occasione per le imprese italiane – ha sottolineato Giovanni Bozzetti, presidente Efg consulting – ma è bene che gli imprenditori italiani non abbiano una mentalità "mordi e fuggi".

Devono avere la costanza di tornare negli Eau e coltivare i rapporti in maniera diretta, altrimenti rischiano di perdere molte opportunità. I colleghi inglesi, tedeschi e francesi lo hanno ben chiaro. Grazie ai bassi costi, a una tassazione favorevole e a una legislazione che consente agli imprenditori una grande facilità di accesso, gli Emirati rappresentano un mercato di sbocco straordinario verso tutto il Middle East, l'Africa e il Sud-Est Asiatico. Durante il Covid, il Paese non ha chiuso per un solo giorno e questo ha mobilitato flussi di turisti ed investitori che ora si sono insediati stabilmente in loco e hanno aperto attività produttive».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Emirati Arabi Uniti

Le esportazioni italiane del sistema arredamento-illuminazione. In mln €



Fonte: elab. Centro Studi Federlegno Arredo Eventi SpA/FederlegnoArredo su dati Istat

300

I MILIARDI INVESTITI DAGLI EAU

Gli Emirati Arabi Uniti investiranno 300 miliardi nei prossimi 10 anni in tutte le attività industriali



Superficie 188 %

Nuovi progetti e partnership con i dealer

Caimi Brevetti

Franco Caimi

«**C**i vuole molta pazienza. Ma è innegabile che ci sia grande fermento. L'Expo Dubai è stata una vetrina, un'occasione irripetibile. Ora dobbiamo premere sull'acceleratore degli investimenti». Come spiega Franco Caimi, amministratore delegato di Caimi Brevetti, leader negli allestimenti per uffici e pannelli fonoassorbenti, la penisola arabica può dare grandi soddisfazioni. Ma la semina è lenta.

Nel padiglione italiano ad Expo Dubai 2021, c'era anche la ricerca in campo acustico di Caimi Brevetti, che ha creato un «tunnel del silenzio» di 80 metri, avvolto in 800 pannelli fonoassorbenti. Su 15 milioni circa di fatturato 2021 (il 40% da export, Emirati e Arabia non arriva ancora al cinque).

«Stiamo investendo sull'area da qualche anno – dice ancora Caimi – e ancora di più lo faremo per la stabilità che offre rispetto alle tensioni geopolitiche. Qui si sviluppano grandi progetti, ma proprio perché grandi, i tempi di realizzazione sono lunghi. Per il momento, abbiamo deciso di appoggiarci a una rete di *dealer* locali con prodotti dedicati a progetti immobiliari nel campo degli uffici». Spesso «gli sviluppatori chiedono a un filiera di fornitori di offrire allestimenti «chiavi in mano» e ciò presuppone che aziende, italiane e straniere, sappiano coordinarsi. Per noi italiani – conclude Caimi – c'è da imparare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Società a Doha per crescere nel contract

Gruppo Molteni

Giulia Molteni

«**U**na società in Qatar detenuta al 50% con un socio locale e venti punti vendita (di cui 8 flagship).

Cresce il gusto per il design e, di pari passo, l'interesse per il Medio Oriente, percepito come un'area più stabile rispetto alle difficoltà del Sudest asiatico ancora alle prese con il Covid e le tensioni della guerra Russia-Ucraina.

Il Gruppo Molteni punta a crescere ancora, non solo nella penisola arabica ma in tutta l'area dell'Oceano Indiano: Dubai, Beirut, Kuwait, Iran, India (Hiderabad e Nuova Delhi), Karachi (Pakistan) e Dakka (Bangladesh).

«Nella penisola arabica è in corso un'esplosione del mercato immobiliare, residenziale, uffici e hotellerie – ha spiegato Giulia Molteni, *chief marketing officer* di Molteni Group –. Il Qatar è interessante per il contract residenziale. Anche Oman e Bahrain sono mercati in forte crescita. Così come Israele sta vivendo un momento effervescente sul fronte del Real Estate».

Con circa 990 dipendenti, il fatturato di Molteni Group ha raggiunto i 350 milioni di euro, di cui oltre l'80% da export. Oltre l'Italia, i tre mercati prioritari sono Usa, Cina e Ue, «ma il Middle East – conclude Giulia Molteni – promette risultati importanti soprattutto in tempi così difficili da decifrare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Arabia Saudita e Dubai le aree più interessanti

IDB

Giorgio Gobbi

«**P**er noi il Medio Oriente è un investimento a lungo termine. Da un lato perché la guerra Russia-Ucraina e le restrizioni ancora vigenti in Cina per contenere la pandemia limitano la crescita in alcuni mercati. Dall'altro, perché gli stessi Paesi della penisola arabica stanno cercando una vocazione che li affranchi dal petrolio».

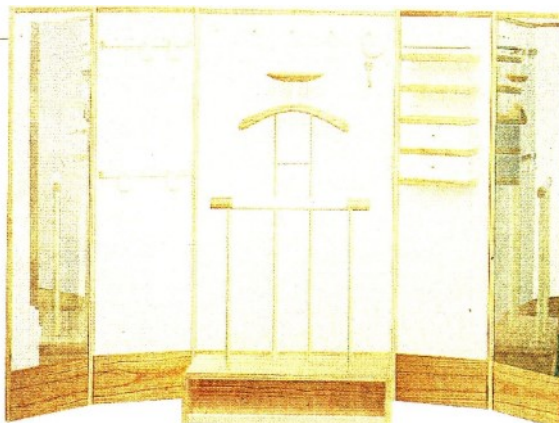
Per **Giorgio Gobbi**, *managing director* di **Italian Design Brands**, le direttrici sono due. «Guardiamo con grande attenzione – spiega Gobbi – alla messa a terra degli investimenti legati, in Arabia Saudita al programma «Vision 2030». Dubai, invece, oltre a catalizzare enormi investimenti immobiliari, è già il design hub per Medio Oriente, Nord Africa e India». Adesso, spiega Gobbi, «stiamo lavorando molto con gli arredi su misura assieme alle case di moda e al *refurbishment* dei negozi».

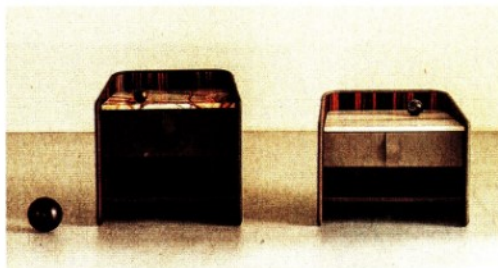
Per **IDB** il 2019 era stato un anno record, con 151 milioni di euro di fatturato (nel 2021 sono stati 144,2), l'apertura di una filiale in Cina alla vigilia del primo lockdown e in Usa. «Tuttavia – conclude Gobbi – non si può più prescindere da una presenza forte e mirata negli Emirati, nell'ottica di seminare per raccogliere i frutti sul lungo periodo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Armani Casa.

Servomuto Suite: piccolo contenitore con ante pieghevoli in legno massello sagomato di Paulonia. Interno rivestito in pelle avorio con accessori





Flou. La collezione Gentleman firmata da Carlo Colombo, lanciata nel 2014, si arricchisce di nuovi elementi, tra cui un comodino proposto in versione più alta

B&B Italia. Pochette di Piero Lissoni, poltrona per il soggiorno o la zona notte, gli spazi privati e pubblici



Bolzan. Gabri è il nuovo letto disegnato da Matteo Zorzenoni



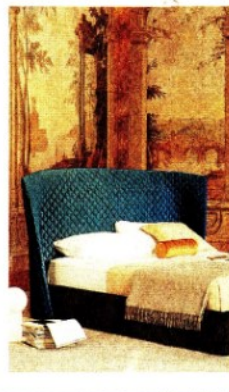
GETTYIMAGES

La gioia
è insita
nell'atto
del proget-
tare, nel
proporre
il nuovo e
nel crearlo

Cini Boeri

Donna progettista.
Cini Boeri (1924-2020). Compa-
so d'oro per il divano Stripes, si
definiva «architetto funzionale e
designer dissacratrice»

Enuit. Letto Iris, disegnato da Ilaria Marelli, con testata imbottita



Novamobili. Stave è l'ultimo nato tra gli armadi per la zona notte



Ronda Design.

Mira è la
petineuse
contempora-
nea
disegnata
da Studio 28



Febal Casa.
Ispirata
al concetto
di total living,
la collezione
Notte, dise-
gnata sotto
l'art direction
di Paolo
Colombo,
comprende
letti, gruppi
notte e armadi



Ditre. Il letto Ada, design Stefano Spessotto, si ispira a un concetto informale e insieme sofisticato



Rimadesio.

Il sistema
di chiusura Cover
Freestanding,
design Giuseppe
Bavuso, ha una
cifra stilistica
all'insegna
della leggerezza
e della linearità
formale