

FARE AFFARI CON GLI ARABI

di Mikol Belluzzi

Quest'anno invece di montare gli splendidi stalloni arabi ha preferito visitare l'entroterra marchigiano dove si è svolta la terza edizione del Marche Endurance Lifestyle, la maratona a cavallo conosciuta anche con l'appellativo di «sport degli sceicchi». Ma i suoi destrieri, sotto le insegne della Godolphin, la più grande scuderia di cavalli da corsa del mondo, hanno comunque trionfato nelle gare che dal 12 al 15 giugno si sono svolte sulla Riviera del Conero.

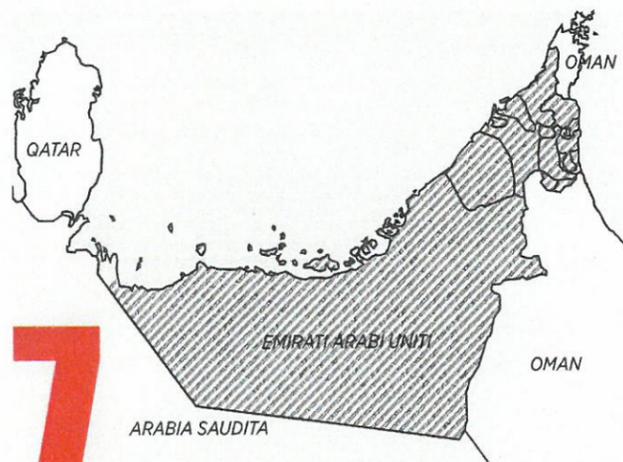
Da tre anni Sheikh Mohammed bin Rashid Al Maktoum, primo ministro e vicepresidente degli Emirati Arabi Uniti e governatore di Dubai, non manca all'appuntamento che coniuga gli sport equestri alle relazioni internazionali, un connubio che ha di certo contribuito a spingere anche lo scorso anno del

La mente del turismo

Lo sceicco Mohammed bin Rashid Al Maktoum, 65 anni, è primo ministro e vicepresidente degli Emirati Arabi Uniti e governatore di Dubai. È lui la mente della trasformazione di Dubai in meta del turismo mondiale: ha costruito la grande vela del Burj al-Arab e le tre isole artificiali Palm Island.

Matilde Gattori

Gli sceicchi sbarcano in Italia con Etihad. Ma anche per gli imprenditori tricolori ci sono tante opportunità da cogliere negli Emirati. Ecco i consigli per affrontare questo ricchissimo mercato



7 gli Emirati Arabi Uniti

Abu Dhabi, Ajman, Dubai, Fujairah, Ras Al-Khaima, Sharjah e Umm Al-Qaywayn.

Gli abitanti degli Emirati Arabi Uniti SONO CIRCA 8 MILIONI

Export italiano 2013 negli Emirati 5,5 MILIARDI DI EURO

Export italiano 2017 negli Emirati (previsione) 7,7 MILIARDI DI EURO

300 LE IMPRESE ITALIANE CHE OPERANO stabilmente negli Emirati. Sono 5 mila gli italiani che vivono stabilmente negli Emirati

+4,6% la crescita del Pil 2013 degli Emirati

+4,4% la stima della crescita del Pil 2014 degli Emirati

1,1% il tasso d'inflazione 2013 degli Emirati debito estero/Pil

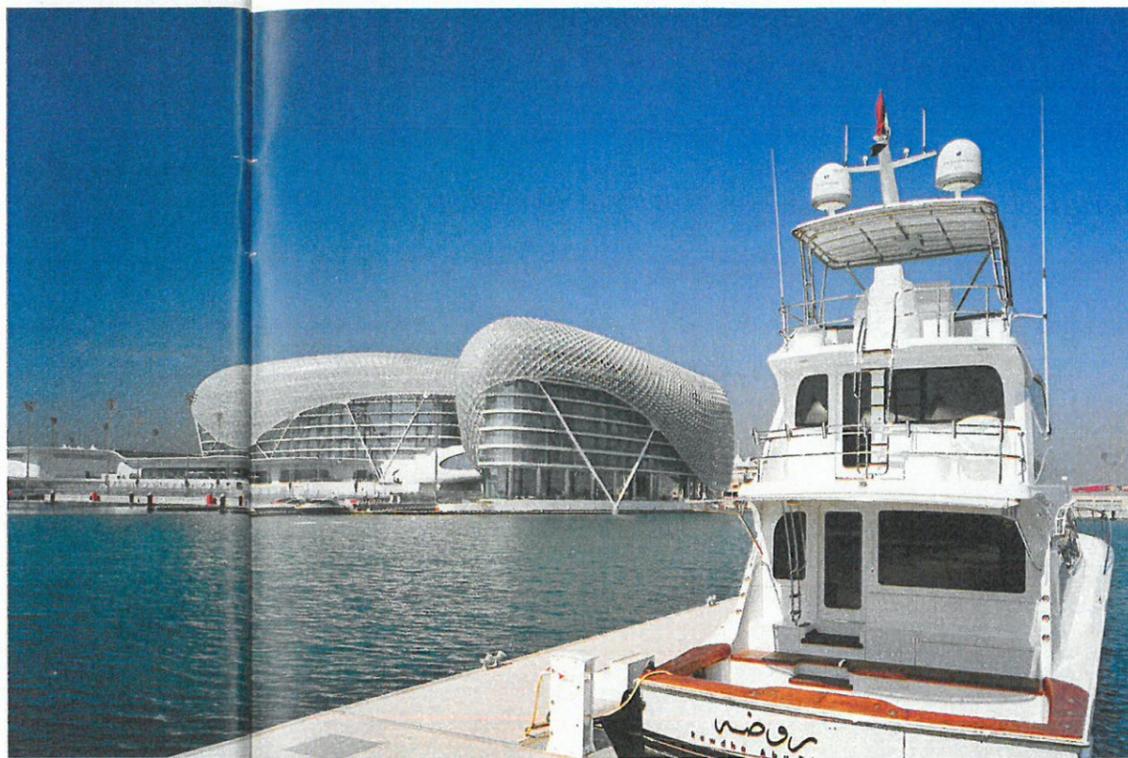
20 per cento le esportazioni delle Marche verso gli Emirati, a differenza di quelle italiane ferme a 5,5 miliardi di euro.

Dato più eclatante, se le Marche sono al primo posto nell'export tricolore di prodotti agroalimentari nell'area, battendo le più blasonate Emilia-Romagna e Lombardia, forse il merito è anche di questo evento che ha portato sul Conero una delegazione di 400 emiratini con cui 600 imprenditori italiani hanno avuto incontri per comprendere le potenzialità di un mercato che somiglia sempre di più a un Eldorado per il made in Italy. «Attraverso la cultura, l'arte e in questo caso lo sport si è creata una connessione permanente con gli Emirati» conferma a Panorama il presidente della Regione Marche, Gian Mario Spacca, «su cui poi si è innestata la componente economica e proprio grazie a questa rete di sostegno molti piccoli imprenditori sono riusciti a fare il grande salto all'estero».

Un passo che in tanti sognano: a testimoniare anche le centinaia di email e telefonate ricevute dalla giornalista del Tg1 Barbara Carfagna dopo la messa in onda lo scorso aprile della sua inchiesta «AAA Sceicco cercasi», a cura di Maria Luisa Busi. Uno dei primi a crederci è stato Gianluca Laliscia, la mente del Marche Endurance Lifestyle, che grazie alla passione per i cavalli dal 1998 ha stretto rapporti d'amicizia con Al Maktoum. «Ho avuto l'onore di allenare i suoi cavalli e in questi anni ho visto crescere e cambiare Dubai, che è come il mare: bisogna saperlo affrontare» dice Laliscia, che ha creato una

società di consulenza a supporto delle aziende italiane a Dubai. «Per affrontare questo mercato serve il giusto mix di prodotto, relazioni e struttura: per questo è fondamentale mettersi nelle mani di professionisti seri». Consigli? «Non avere fretta ed essere presenti sul mercato per creare un rapporto forte».

Regole di business che ha seguito alla lettera Enrico Fantini, amministratore delegato della milanese Fantini mosaici, che si è trasferito a Dubai con la famiglia. La sua avventura emiratina inizia nel 2004, quando grazie all'aiuto di Sace, la società che assicura il credito delle imprese esportatrici, vince un superordine per i mosaici della Moschea di Abu Dhabi, la capitale degli Emirati. «Eravamo poco più che degli artigiani e quella commessa valeva molte volte il nostro fatturato, ma ci siamo lanciati lo stesso» ricorda Fantini,



IL NUOVO ELDORADO

A sinistra, le avveniristiche strutture del circuito di Formula 1 Yas Marina ad Abu Dhabi e, più in basso, la vista dei grattacieli di Dubai da uno degli yacht che ogni anno partecipano al Boat show nella città emiratina.

Dubai investirà circa 43 miliardi di dollari, di cui 10 per migliorare e sviluppare i trasporti e le infrastrutture aeroportuali, con il grande scalo Al Maktoum international airport che una volta completato gestirà 160 milioni di passeggeri l'anno, mentre il Dubai international airport crescerà da 60 a 90 milioni. Altri 5,2 miliardi, invece, serviranno a realizzare la sede espositiva e le infrastrutture dell'Expo, il Dubai World Central,

INVESTIMENTI PER 7 MILIARDI DI DOLLARI E 81 MILA NUOVE CAMERE D'ALBERGO: COSÌ DUBAI SI PREPARA ALL'EXPO 2020



che ora sta ricoprendo di tessere colorate il sontuoso Hotel Versace di Dubai e il palazzo presidenziale di Abu Dhabi. «Qui si lavora bene, il costo della manodopera è basso (un operaio costa in media 120 dollari al mese, ndr), ma c'è tantissima concorrenza e per questo serve una presenza continua».

I concorrenti sono europei e arabi, ma anche turchi, cinesi, indiani e pakistani perché questa federazione di sette emirati (Abu Dhabi, Dubai, Sharjah, Ajman, Umm Al-Qaywayn, Ras Al-Khaima e Fujairah), diventata indipendente dalla Gran Bretagna negli anni Settanta, è la nuova piattaforma distributiva tra Occidente, Oriente e Africa. Un melting pot di poco più di 8 milioni d'abitanti, che cresce quasi del 10 per cento l'anno grazie all'arrivo di lavoratori per lo più asiatici alle dipendenze di circa 900 mila emiratini. Ingressi destinati a crescere ancora in vista dell'Expo Dubai 2020, che ha numeri da kolossal. Per i 25 milioni di visitatori attesi,

una vera e propria città nel deserto a metà strada tra Dubai e Abu Dhabi, 700 mila metri quadrati di padiglioni e 500 mila di strutture permanenti. E in vista dell'Expo il governo emiratino vorrebbe anche raddoppiare almeno una parte della Sheikh Zayed Road, il principale collegamento tra Dubai e Abu Dhabi, un'autostrada a sette corsie a cui si aggiungerebbe una sopraelevata di 35 chilometri.

E poi c'è il turismo e le infrastrutture legate all'ospitalità, un settore strategico su cui gli Emirati puntano da anni per ridurre la dipendenza da petrolio e gas: grazie a più di 7 miliardi di dollari d'investimenti si stima che a Dubai entro il 2020 saranno inaugurate altre 81 mila camere d'albergo che andranno ad aggiungersi alle 90 mila di fine 2015. Per quell'anno sul mercato finiranno anche 45 mila nuove unità abitative che dovrebbero essere assorbite con facilità. Il condizionale è d'obbligo perché proprio lo scoppio della bolla immobiliare nel 2008 fu la causa della forte frenata dell'emirato, che sta

IL NUOVO ELDORADO

completando molti progetti sospesi allora. Tra questi la Sheikh Mohammed bin Rashid City, una nuova città che includerà il più grande centro commerciale del mondo e un parco divertimenti 20 volte più esteso di Disneyland Paris. E poi c'è l'energia pulita, un altro comparto strategico per i paesi del Golfo che entro il 2017 investiranno 155 miliardi di dollari nel solo fotovoltaico.

Un Bengodi a cui le imprese italiane non possono (e non devono) rinunciare.



Da sinistra: il principe Sheikh Hamdan bin Mohammed bin Rashid Al Maktoum con il padre Sheikh Mohammed bin Rashid Al Maktoum; il ministro dell'Economia Sultan Bin Saeed Al Mansouri e il governatore delle Marche Gian Mario Spacca all'arrivo allo scalo di Falconara per il Marche Endurance Lifestyle 2014.

«Il mercato emiratino delle opere infrastrutturali offre interessanti opportunità per le nostre grandi aziende e alcune sono già presenti da anni» conferma Ferdinando Angeletti, general manager della filiale hub di Intesa Sanpaolo di Dubai, «ma anche per le medie e piccole imprese ci sono occasioni di business nell'indotto di queste attività e nelle forniture di materiali e macchinari, a patto che possiedano tecnologia e certificazioni internazionali. E poi c'è tutto il mondo della moda, dei gioielli e del cibo, dove l'Italia ha grandi opportunità; anche se va considerato il non semplice accesso alla distribuzione, concentrata in poche mani, e la necessità di un partner al 51 per cento che rende difficile poterla gestire direttamente». Già, perché lo sponsor, o il socio di maggioranza, è il pilastro su cui poggiano le relazio-

ni commerciali con questi paesi. «Negli Emirati il business si divide in due grandi aree: quello onshore e quello offshore» spiega Renato Giallombardo, responsabile della sede di Abu Dhabi dello studio legale Gianni Origoni Grippo Cappelli. «Nel primo caso, le aziende straniere possono detenere solo una quota di minoranza della filiale emiratina, affiancate da partner locali più o meno operativi. Nel secondo caso, invece, l'impresa può stabilirsi in una delle tante Free zone (solo a Dubai sono 24, ndr), aree con infrastrutture specializzate dove gli stranieri possiedono interamente il capitale».

In entrambi i casi le tasse sul reddito sono pari a zero, mentre la logistica e i servizi sono al top. «Gli emiratini in queste zone speciali puntano ad accogliere piccole e medie imprese che vogliono stabilire qui la produzione e non solo commercializzare i loro prodotti» continua Giallombardo, che tra i vari dossier sta seguendo quello dell'Ospedale Gemelli di Roma, interessato a entrare nel ricchissimo mondo arabo della sanità, mentre il vicino

Un disegno di Rashid City, la città del futuro completamente climatizzata che sorgerà a Dubai e per cui sono attesi più di 180 milioni di visitatori l'anno.



IL MATRIMONIO TRA IL VETTORE EMIRATINO E

5 buoni motivi per credere che Etihad sia il partner giusto per Alitalia.



IL PIANO INDUSTRIALE
Etihad è disposta a investire sullo sviluppo dei collegamenti a lungo raggio, più remunerativi e non esposti alla concorrenza delle compagnie low cost rispetto al breve raggio, su cui invece Air France voleva che si concentrasse l'Alitalia.

L'ADDIO ALLA POLITICA
Etihad, come ama sottolineare il suo amministratore delegato, guarda al business e solo al business. Un bagno nel mercato per una compagnia, l'Alitalia, che anche dopo l'arrivo dei privati non ha saputo tagliare il cordone ombelicale con il Palazzo.

QUELLO ITALIANO È DESTINATO A VOLARE ALTO



NESSUNA CONCORRENZA
Etihad non è presente sul mercato europeo, non ha un aeroporto hub di riferimento, non ha interessi precostituiti da tutelare. Un'alleanza con una compagnia aerea europea avrebbe invece comportato qualche inevitabile conflitto d'interessi, ovviamente a danno di Alitalia.

CONTI SOLIDI
Etihad può piacere o non piacere, ma nessuno può mettere in dubbio la solidità finanziaria della compagnia araba, certo maggiore di Air France. Per Alitalia, sull'orlo del fallimento, è decisamente importante anche se per i soci italiani, molto meno liquidi, può essere problematico.

MOLTI NEMICI, MOLTO ONORE
Il grido d'allarme di Lufthansa e quello, appena più soft, di British Airways, sono un segnale. Se due potenti compagnie europee fingono di preoccuparsi del futuro di Alitalia (in realtà ovviamente si preoccupano solo dei loro interessi) vuol dire che temono l'operazione. Nessuno si preoccupava di Alitalia in mani francesi.

Qatar investirà centinaia di milioni di euro nell'ospedale ex San Raffaele di Olbia, per farlo diventare un'eccellenza nella ricerca. «Confermo che gli italiani sono di gran lunga il popolo preferito dagli emiratini» afferma Antonello Martinez, fondatore dello studio legale Martinez-Novebaci di Milano e che da anni fa la funzione di console dell'Emirato di Dubai in Italia, «ma per fare affari bisogna essere certi che chi ti accompagna non sia un millantatore, affrontando il rapporto con questa nuova realtà con il giusto rispetto».

Per questo Martinez, dopo 10 anni di lavoro con gli Emirati, sta lanciando una piattaforma commerciale su misura per le piccole imprese tricolori. «Si tratta di una consulenza a costi contenuti per saggiare il mercato locale con partner collaudati e seri. Negli Emirati c'è ancora tantissimo da fare, ma se fossi un operatore dell'alberghiero, del vivaismo o del fotovoltaico non avrei dubbi: il mio futuro sarebbe là».

Poi c'è anche chi dal Golfo è venuto in Italia per fare affari: dopo l'acquisizione di Alitalia da parte di Etihad che punta a portare in Italia i turisti di tutto il mondo, lo sceicco di Abu Dhabi Hamed Ahmed Bin Alhamed ha rilevato dopo anni di tentativi andati a vuoto il complesso turistico di Acireale (Catania) La Perla Jonica, mettendo sul piatto in tutto 140 milioni di euro, che serviranno a farlo diventare il resort più grande del Mediterraneo.

Ma c'è anche chi dal Qatar si è trasferito in Italia per viverci. È lo sceicco Suhaimi Al-Thani, che ama a tal punto il made in Italy da lanciare un suo marchio. «In settembre presenterò un nuovo brand del lusso realizzato in Italia perché credo molto in questo Paese e sono sicuro che uscirà dalla crisi» dice il giovane uomo d'affari, secondo cugino dell'Emiro del Qatar. «Ma anche nel mio Paese ci sono tante opportunità per i vostri imprenditori, perché qatarini e italiani sono molto simili». E se lo dice lui, non resta che partire.

© RIPRODUZIONE RISERVATA