

## Portare le aziende negli Emirati

Storie o storielle non ce ne sono: i numeri che ruotano attorno agli Emirati arabi uniti stupiscono sempre! Dagli 83 milioni di passeggeri transitati lo scorso anno per il Dubai international airport ai 300 miliardi di dollari d'investimenti infrastrutturali di cui otto sono legati a Expo2020 fino a 100 chilometri quadrati di Tilal city, il primo progetto immobiliare dell'emirato di Sharjah che affiancherà agli spazi residenziali il più grande mall della Penisola arabica. Numeri che sono una gigantesca calamita per le aziende di casa nostra a caccia di export. "A patto di farsi accompagnare

dall'intermediario giusto perché per navigare questi mercati oltre al prodotto serve un network di conoscenze d'alto livello, parole di Giovanni Bozzetti, fondatore di Elg consulting, società di consulenza di marketing strategico ed operativo che affianca le imprese italiane nelle strategie di internazionalizzazione e penetrazione del mercato emiratino.

Bozzetti, un passato da assessore del Comune di Milano con delega alla moda, turismo, relazioni internazionali ed in infrastrutture lombarde, ha messo a frutto l'esperienza d'imprenditore e quella di tante missioni istituzionali al fianco di Ice e Camera di commercio per creare relazioni d'alto livello negli Emirati. "Conosco quei Paesi dal 2001 e da quando sono libero da incarichi istituzionali ho deciso di farne il mio lavoro" ha detto Bozzetti il quale con-

siglia alle aziende tricolori di piccole e medie dimensioni di consorzarsi per offrire un ventaglio più ampio di prodotti e servizi.

Tantissime le opportunità da sfruttare. Dalle zone franche a tassazione zero per le aziende che vogliono delocalizzare fino alla realizzazione di joint venture con distributori locali. Fa notare Bozzetti: "Consiglio sempre di scegliere partner emiratini attivi per entrare sul mercato e non prestanome, perché gli accordi devono essere fatti su principi di sinergia commerciale, produttiva e finanziaria".

Il resto lo fa il prodotto e per quelli made in Italy gli emiratini sono disposti a spendere anche un 20-30 per cento in più. Quali sono i settori maggiormente ricercati? La moda, ovviamente, anche quella più accessibile. E poi, arredamento, condizionamento, alimentare, sicurezza, costruzioni e landscape.

**Pino Ezio Beccaria**