

#Confindustria #Esteri

# EXPO 2020, LE IMPRESE ROMAGNOLE A CACCIÀ D’AFFARI A DUBAI



Avviare nuove relazioni commerciali e conoscere le opportunità di business nel mercato emiratino sono gli obiettivi per i quali Confindustria Romagna ha organizzato la missione multisettoriale che si è svolta dal 4 al 7 marzo scorso. Come è andata? Lo abbiamo chiesto a tre imprenditori: Federico Giannini, Marco Zani e Marco Melandri

**Parliamo di:** [#Expo Dubai](#) [#Mercati esteri](#) [#PMI](#)

A Dubai, costa del Golfo Persico degli Emirati Arabi Uniti, è in corso Expo 2020. Sono gli ultimi giorni per la manifestazione che vede coinvolti oltre 200 paesi del mondo sul tema della sostenibilità e i numeri, nonostante la crisi pandemica e l'inizio del conflitto russo-ucraino, non passano davvero inosservati: il [Padiglione Italia](#) risulta tra i più visitati con oltre un milione e 200mila presenze nel corso del semestre e circa 12 milioni di visitatori online, mentre l'Esposizione nel suo insieme si avvia a chiudere con quasi 20 milioni di visite.

In questo contesto si è appena svolta la **“Missione a Dubai: Expo 2020 e incontri B2B”** organizzata da [Confindustria Romagna](#), la prima trasferta da quando il 1° gennaio 2020 le tre province di Forlì-Cesena, Rimini e Ravenna si sono riunite, con una pausa nella calendarizzazione dell'evento scandita dalla pandemia.

Duplici l'obiettivo del progetto: sviluppare attività di networking presso Expo, con testimonianze e interventi di figure istituzionali, operatori del settore, professionisti, consulenti fiscali e legali con cui approfondire le opportunità nel mercato mediorientale ed effettuare azioni di *business development* verticali personalizzate tramite incontri B2B con realtà locali. “Per ogni impresa che ha partecipato ai BtoB almeno un paio di incontri hanno chance di diventare partnership di lungo periodo, grazie all'individuazione di controparti emiratine pienamente in target”. Così **Lara Piraccini, coordinatrice del servizio internazionalizzazione di Confindustria Romagna**, capofila dell'iniziativa. “Si tratta – spiega l'organizzatrice – di una missione multisettoriale per imprese che operano sui mercati esteri, quindi senza limiti dimensionali”.

Negli ultimi anni gli Emirati Arabi hanno vissuto un momento di grande espansione, con la capacità di immaginare una prospettiva in cui ricerca, innovazione tecnologica e sostenibilità

possano andare di pari passo. A Dubai sono presenti molti dei più importanti player mondiali che garantiscono decine di migliaia di occupati e la proiezione sembra essere quella di un'ulteriore crescita in termini di fatturato e export. Un'occasione imperdibile per le nostre imprese per guardare al futuro da protagoniste ed esportare italianità.

## Cosa dicono gli imprenditori

“Noi avevamo già clienti a Dubai – racconta **Federico Giannini, titolare di GH srl**, una piccola impresa con circa 20 dipendenti che si occupa di e-commerce, al ritorno dalla missione – e volevamo conoscere meglio il tessuto emiratino, capire l'ecosistema e la reale fattibilità nell'aprire una succursale in loco. Grazie alla due giorni e agli eventi ai quali abbiamo partecipato è stato possibile prendere contatto con professionisti che potranno guidarci in questa direzione. Prima di partire – prosegue l'imprenditore – avevamo già pianificato alcuni appuntamenti, tra i quali quello con un tour operator locale e un'azienda immobiliare, che sono andati molto bene. Dobbiamo certamente approfondire, ma aprire una partita iva lì sembra essere molto fattibile, sia dal punto di vista economico che da quello burocratico”.



FEDERICO GIANNINI



MARCO ZANI

Un ambiente favorevole agli investimenti anche secondo **Marco Zani, consulente aziendale per analisi e certificazioni di qualità**, partito per conoscere le opportunità, gli orientamenti, i prodotti e servizi veicolabili sul mercato emiratino “Ci sono agevolazioni fiscali molto importanti per chi investe, con lo 0% di tasse sugli utili, l'esclusione da un'imposta tipo iva e aree preposte per l'apertura di nuove attività suddivise per settore. Inoltre, stanno costruendo moltissimo e il settore delle infrastrutture può essere tra quelli più *appealing* per le nostre imprese al pari dell'alimentare o di quello della depurazione delle acque, che sembra rappresentare ancora

un grosso problema per l'amministrazione locale. Per entrare in questo contesto – spiega Zani – è consigliabile avere un referente in loco, strutturando eventualmente anche un ufficio commerciale”.

Ma tra i partecipanti alla missione di Confindustria Romagna c'è anche chi è partito solo per respirare le nuove tendenze “Siamo volati a Dubai – dichiara **Marco Melandri della CTS**, una spa di Roncalceci di Ravenna che si occupa prevalentemente di trasporti eccezionali, movimentazioni, posizionamenti e sollevamenti industriali – per uno sguardo più che per un'opportunità lavorativa. Non abbiamo fatto btb per scelta. Gli Emirati sono già ben serviti da almeno 7-8 aziende che svolgono la nostra stessa attività e per noi non può essere un mercato appetibile. Abbiamo però voluto essere presenti soprattutto per tenerci aggiornati e lasciarci ispirare da quelli che sono i nuovi trend e le prospettive globali. Spesso ci concentriamo solo sulle realtà limitrofe, mentre abbiamo il dovere di capire come il mondo stia cambiando, le sfide che ci attendono, ad esempio sul cambiamento climatico, e che portano tutto il tessuto economico e sociale a fare delle scelte sul modo di pensare, sulla produzione di energia, di beni e servizi, sulla mobilità, sul trasporto di merci e di persone”.



MARCO MELANDRI

Expo Dubai 2020 sembra davvero aver catalizzato interesse globale e il parere condiviso sulla missione di Confindustria Romagna è stato di apprezzamento generale. “Perfetta organizzazione”, “valido supporto”, “professionisti molto competenti”, sono state tra le parole chiave più utilizzate dagli imprenditori intervistati, ma per alcuni questa esperienza è stata anche una “toccata e fuga”, “un assaggio”, “un apripista”. Insomma, c'è la voglia di tornare, per approfondire opportunità ancora più mirate, magari con un focus su settori specifici.



Patrizia Caridi