

Pisa

Affari con gli sceicchi arabi, pronte 200 aziende toscane

DAL NOSTRO INVIATO

PISA Non solo oro, gioielli, marmo, alta tecnologia: anche il pane, il gelato, i biscotti, l'olio toscano possono interessare i paesi del Golfo. Così ieri a Pisa la prima giornata degli «Uae days in Toscana» ha visto alla Camera di Commercio un affollatissimo convegno di «istruzioni per l'uso» su come fare affari negli Emirati Arabi Uniti e gli incontri faccia a faccia tra aziende toscane del settore agro-alimentare e imprese emiratine. Mentre al Galilei sbarcavano da un aereo cargo speciale i 47 purosangue della scuderia degli sceicchi Al Makotoum che saranno protagonisti, con altri cavalli e fantini, delle corse endurance di domani e domenica della «Toscana Endurance Lifestyle».

L'incontro tra Emirati e Toscana è focalizzato alla conoscenza delle nostre eccellenze e delle opportunità di investire nel paese. Al simposio, moderato dal direttore di Toscana

Promozione, Stefano Giovannetti, sono intervenuti tra gli altri Saqer Nasser Al Rasi, ambasciatore degli Uae in Italia e Mohammed Matar al Shamsi, senior manager del Khalifa Fund, il fondo nato nel 2007 con l'obiettivo di diversificare l'economia di Dubai, rivolto alle piccole e medie imprese e alla start up che vogliono investire negli Emirati. «Gli Emirati non sono solo un mercato interessante, sono la "porta" del Golfo persico, una piattaforma per tutto il Sud Est asiatico e l'Oceania — spiega Mauro Marzocchi, segretario generale della Camera di Commercio italiana negli Emirati —. L'idea è di ripetere questa kermesse a San Rossore nei prossimi due anni, così da creare legami duraturi. Negli Emirati e in tutto il Golfo c'è un grande interesse verso la qualità del Mady in Italy». Sia le aziende toscane che quelle emiratine sono state preselezionate in base alle rispettive esigenze di business così da far incontrare domanda e offerta: «Mediante un incontro su cinque si concretizza poi in una iniziativa

commerciale», sottolinea Marzocchi, ma non bisogna pensare che sia facile sfondare su un mercato dove la competizione è globale. «Serve tempo e voglia di investire», dice Manuel Parra, manager under 40 di Pisa che da sette anni lavora a Dubai per CorpStation, realtà che fornisce servizi per chi vuole sbarcare negli Emirati. «Ci sono barriere culturali, più che linguistiche, loro devono conoscere una persona prima di farci affari e non dicono mai no direttamente, ad esempio. Ma se rimandano all'infinito vuol dire che è no: non si improvvisa, ma ci sono grandi opportunità». Anche per le piccole imprese: «Negli Emirati ci sono 150 ristoranti italiani, a Dubai Eatily va molto bene, c'è una rete che può supportare anche prodotti di nicchia se di qualità — conclude Marzocchi — Per questo credo che da qui nasceranno partnership proficue».

Mauro Bonciani

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Imprenditori e investitori degli Emirati Arabi Uniti riuniti a Pisa, per la due giorni dedicata alle partnership commerciali fra toscani e arabi

