

GLI EMIRATI ARABI UNITI E LE NUOVE OPPORTUNITÀ



EMIRATI ARABI UNITI: LA SITUAZIONE ECONOMICA E LE OPPORTUNITÀ PER LE IMPRESE ITALIANE

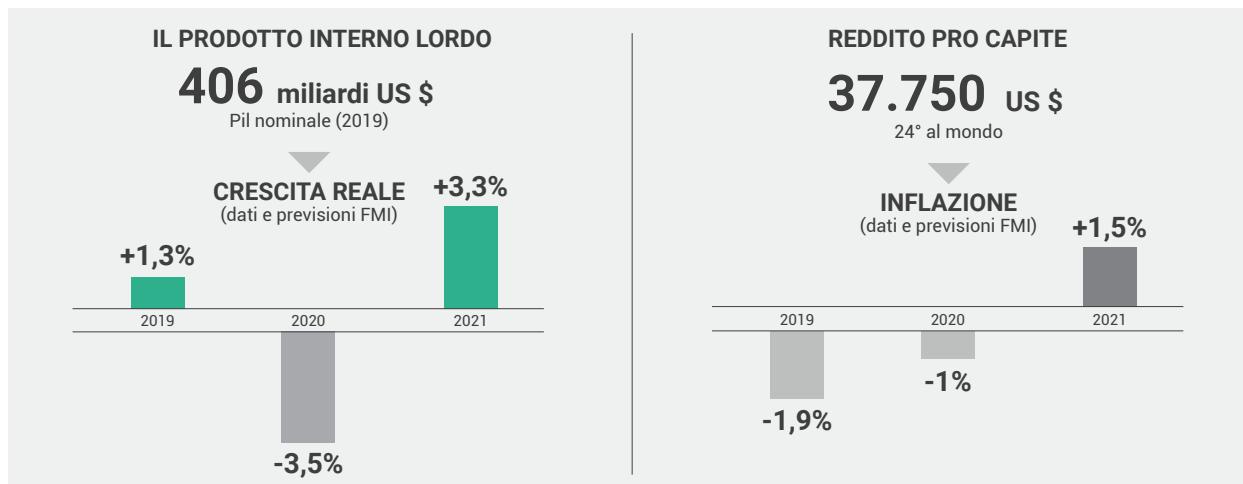
Introduzione

Analisi geopolitica del Paese e caratteristiche socioeconomiche del mercato

Gli Emirati Arabi Uniti sono un **hub regionale imprescindibile** per le aziende italiane che desiderano proiettarsi non solo sui mercati del **Medio Oriente**, ma anche su quelli dell'**Africa orientale** e dell'**Asia meridionale**.

Una realtà moderna, avanzata e dinamica. **Uno Stato "giovane"** (l'indipendenza dal Regno Unito risale al 1971) che, nell'arco di poco meno di 50 anni, ha saputo trasformarsi in **una delle economie più sviluppate del Medio Oriente**, potendo contare **su ingenti riserve di petrolio e gas naturale**, ma anche sapendo sfruttare in modo ottimale - **per fini commerciali e turistici** - la **posizione geografica** particolarmente favorevole collocata fra Asia, Europa ed Africa.

Snapshot dei principali dati macroeconomici



La valuta locale, il Dirham (AED) ancorata a tasso fisso con il dollaro 1US\$ = 3,67 AED

Indicatori per classi agiate e rilievo classi agiate

Popolazione: 10,7 mln (Fonte FMI) di cui solo il 10% emiratini e il restante espatriati di oltre 200 nazionalità, in particolare dell'Asia meridionale) e, in misura minore, di altri paesi asiatici, altri arabi e Iran. Il resto della popolazione è costituita da occidentali, presenti soprattutto a Dubai e Abu Dhabi.

Le donne emiratine e occidentali ed i molti turisti influenzano l'80% degli acquisti del mercato, principale target per il Made in Italy: il 43% dei loro acquisti è dedicato alla moda e spendono mediamente il 300% in più rispetto al resto della popolazione.

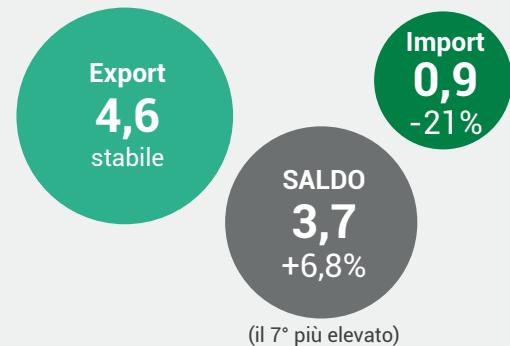
INTERSCAMBIO COMMERCIALE COL MONDO

(dati FMI in miliardi di USD)



IL COMMERCIO DELL'ITALIA CON GLI EMIRATI

(dati Istat sul 2019 in miliardi di euro)



ITALIA - EAU: INTERSCAMBIO COMMERCIALE (valori in migliaia di euro e variazioni in percentuale)

Anno	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
VALORI										
Esportazioni	3.684.982	4.729.104	5.526.908	5.507.767	5.330.397	6.177.763	5.426.224	5.341.072	4.578.833	4.577.115
Importazioni	450.557	860.930	650.782	1.299.280	627.444	850.770	947.094	1.028.362	1.143.029	907.806
Saldo	3.234.424	3.868.174	4.876.126	4.208.487	4.702.953	5.326.994	4.479.131	4.312.710	3.435.803	3.669.308
Saldo normalizzato	78,2	69,2	78,9	61,8	78,9	75,8	70,3	67,7	60	66,9
VARIAZIONI SULL'ANNO PRECEDENTE (%)										
Esportazioni	-1,9	28,3	16,9	-0,3	-3,2	15,9	-12,2	-1,6	-14,3	0
Importazioni	27,8	91,1	-24,4	99,6	-51,7	35,6	11,3	8,6	11,2	-20,6
Saldi (variazioni assolute)	-169.040	633.750	1.007.951	-667.639	494.467	624.040	-847.863	-166.421	-876.907	233.505

Fonte: Elaborazioni ICE su dati ISTAT

- **Analisi settoriale**

- **Export e import Italia**

Nonostante gli EAU non siano un paese manifatturiero, anche verso questo mercato **circa il 19% (circa 865 mil di Euro)** del valore del nostro export è rappresentato da **tecnologia e macchinari**.

Seguiti da **gioielleria, prima voce export** in assoluto con oltre **852 milioni** di euro esportati (**16,6%**).

E, a distanza, con **290 milioni di Euro, i prodotti agroalimentari**: ma il paese importa quasi tutto ciò di cui ha bisogno per garantirsi autosufficienza alimentare (**oltre 12 miliardi di import totale da mondo**) e la **nostra quota (2,4%) è ancora sotto rappresentata** rispetto al potenziale.

Tra i beni di consumo seguono **cosmetici, mobili e abbigliamento (circa 160 mio euro ciascuno)**, quindi **motori (150), autoveicoli (135)**, e **strumenti ed apparecchi di misurazione, calzature, tubi e condotte**. In costante crescita e si avvicina ai 100 milioni di euro anche il settore degli **"strumenti e forniture mediche e dentistiche"**.

ESPORTAZIONI DELL'ITALIA VERSO GLI EMIRATI ARABI UNITI (milioni di euro e var. %)

	2017	2018	2019	Var. % 2018/17	Var. % 2019/18
Totale	5.341	4.579	4.577	-14,3%	0,0%
1 Gioielleria, bigiotteria e articoli connessi; pietre preziose lavorate	872	731	852	-16,2%	16,6%
2 Macchine di impiego generale	618	374	362	-39,6%	-3,2%
3 Altre macchine di impiego generale	379	271	249	-28,4%	-8,3%
4 Altre macchine per impieghi speciali	198	194	204	-2,0%	4,8%
5 Saponi e detergenti, prodotti per la pulizia e la lucidatura, profumi e cosmetici	166	169	165	1,9%	-2,9%
6 Mobili	199	174	163	-12,3%	-6,4%
7 Articoli di abbigliamento, escluso l'abbigliamento in pelliccia	153	151	154	-1,4%	1,9%
8 Motori, generatori e trasformatori elettrici; apparecchiature per la distribuzione e il controllo dell'elettricità	189	148	148	-21,8%	0,3%
9 Autoveicoli	148	136	135	-7,8%	-0,6%
10 Strumenti e apparecchi di misurazione, prova e navigazione; orologi	105	117	113	11,2%	-3,0%
11 Calzature	116	115	113	-1,4%	-1,8%
12 Tubi, condotti, profilati cavi e relativi accessori in acciaio (esclusi quelli in acciaio colato)	109	103	102	-5,3%	-1,1%
13 Strumenti e forniture mediche e dentistiche	85	85	93	0,9%	8,4%
14 Altri prodotti chimici	53	60	78	14,4%	29,1%
15 Prodotti di colture agricole non permanenti	49	51	77	4,1%	50,2%
16 Prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio	197	158	76	-19,6%	-51,9%
17 Cuoio conciato e lavorato; articoli da viaggio, borse, pelletteria e selleria; pellicce preparate e tinte	76	72	74	-5,5%	2,0%
18 Altri prodotti alimentari	68	56	67	-17,3%	18,4%
19 Apparecchiature per illuminazione	76	58	66	-23,5%	12,6%
20 Aeromobili, veicoli spaziali e relativi dispositivi	38	95	64	148,3%	-31,9%

Fonte: Elaborazioni ICE su dati ISTAT

(*) "macchinari di impiego generale": motori, turbine, pompe e compressori, apparecchiature fluidodinamiche, e simili

(**) altre macchine di impiego generale: apparecchi di sollevamento e movimentazione, attrezzature per la refrigerazione e la ventilazione, macchine e apparecchi per le industrie petrolifere e petrolchimiche, ecc.

(***) "altre macchine per impieghi speciali": macchine per la metallurgia, industria alimentare, materie plastiche e gomma, industria della carta e cartone, per istituti di bellezza e centri di benessere

IMPORTAZIONI DELL'ITALIA DAGLI EMIRATI ARABI UNITI (milioni di euro e var. %)

	2017	2018	2019	Var. % 2018/17	Var. % 2019/18
Totale	1.028	1.143	908	11,2%	-20,6%
1 Prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio	567	423	415	-25,3%	-1,9%
2 Metalli di base preziosi e altri metalli non ferrosi; combustibili nucleari	214	237	191	10,8%	-19,3%
3 Rifiuti	41	43	82	5,0%	90,4%
4 Altri prodotti in metallo	15	17	30	14,4%	72,8%
5 Prodotti chimici di base, fertilizzanti e composti azotati, materie plastiche e gomma sintetica in forme primarie	21	21	14	1,0%	-34,9%
6 Motori, generatori e trasformatori elettrici; apparecchiature per la distribuzione e il controllo dell'elettricità	5	6	12	15,8%	110,5%
7 Gioielleria, bigiotteria e articoli connessi; pietre preziose lavorate	9	8	10	-18,8%	36,4%
8 Articoli di abbigliamento, escluso l'abbigliamento in pelliccia	2	7	10	239,7%	37,5%
9 Aeromobili, veicoli spaziali e relativi dispositivi	10	8	9	-19,3%	20,6%
10 Oli e grassi vegetali e animali	0	0	9	-53,9%	+++
11 Fibre sintetiche e artificiali	6	10	9	68,5%	-11,2%
12 Strumenti e apparecchi di misurazione, prova e navigazione; orologi	3	3	9	2,5%	192,5%
13 Macchine di impiego generale	9	8	8	-13,1%	9,1%
14 Altri prodotti in porcellana e in ceramica	7	6	8	-10,3%	16,7%
15 Prodotti della siderurgia	2	8	7	356,6%	-15,3%
16 Vetro e prodotti in vetro	4	5	7	16,3%	45,9%
17 Cuoio conciato e lavorato; articoli da viaggio, borse, pelletteria e selleria; pellicce preparate e tinte	2	4	7	47,5%	83,9%
18 Calzature	2	5	7	189,7%	32,2%
19 Altre macchine per impieghi speciali	5	10	6	118,7%	-43,2%
20 Prodotti della fusione della ghisa e dell'acciaio	3	5	6	57,7%	4,8%

Fonte: Elaborazioni ICE su dati ISTAT

- **Posizionamento dell'Italia e principali concorrenti**

Nel 2019 l'Italia si **posiziona al 9 posto**; **quota** di mercato: **2,8%** (in crescita rispetto a 2,7% nel 2018 e 2,6% nel 2017). **Primi fornitori sono Cina, India e Stati Uniti**. Tra i paesi europei la **Germania** registra un'ottima performance mentre **Regno Unito e Francia** riportano **pesanti perdite in valore** (Regno Unito -27,6%; Francia -22,6%) e una riduzione delle rispettive **quote** di mercato.

Nella graduatoria mondiale gli EAU rappresentano nel 2019 il **21esimo mercato** assoluto di destinazione del nostro export.

EMIRATI ARABI UNITI: PRINCIPALI PAESI DI PROVENIENZA DELLE IMPORTAZIONI (gen-dic 2019)

Rank	Paese	USD (milioni)			Variazioni %	Quote %	
		2017	2018	2019	2019/2018	2018	2019
1	Cina	48.245	38.018	36.700	-3,5	15,5	16,2
2	India	20.232	23.064	20.240	-12,2	9,4	8,9
3	Stati Uniti	23.308	20.917	18.219	-12,9	8,5	8
4	Germania	11.882	10.938	13.782	26	4,5	6,1
5	Giappone	13.983	13.804	12.534	-9,2	5,6	5,5
6	Arabia Saudita	6.903	7.577	6.809	-10,1	3,1	3,0
7	Vietnam	9.755	7.665	6.694	-12,7	3,1	3,0
8	Venezuela	1.032	1.798	6.405	256,2	0,7	2,8
9	Italia	6.811	6.648	6.283	-5,5	2,7	2,8
10	Regno Unito	6.782	7.689	5.567	-27,6	3,1	2,5
11	Francia	6.280	6.508	5.038	-22,6	2,7	2,2
12	Corea del Sud	7.962	5.558	3.500	-37	2,3	1,5
	MONDO	257.713	244.885	226.932	-7,3	100	100

Fonte: Elaborazioni ICE su dati FMI-DOTS

Cenni sul quadro normativo regolamentare; rilievo barriere doganali ed ostacoli al commercio

Vendita di prodotti e servizi

Le imprese straniere che desiderino intraprendere attività commerciali dirette con gli EAU fornendo beni e servizi dall'estero devono necessariamente nominare un agente commerciale già presente sul mercato. L'agente deve essere un operatore di nazionalità degli EAU o una società che abbia capitale sociale 100% di proprietà emiratina.

Il contratto di agenzia può essere registrato presso il Ministero dell'Economia e quindi ricadere nell'ambito della Agency Law che impone vincoli e penali all'azienda estera in caso di controversie e rescissione, tutelando l'agente locale. In alternativa è possibile un accordo non registrato e senza esclusiva che ricade sotto la generica Civil Transactions Law dove i vincoli sono meno stringenti.

Stabili organizzazioni

- **Società in mainland:** obbligatorio **partner emiratino con 51%** della proprietà. Da luglio 2019, e successiva integrazione di aprile **2020**, è stata prevista la possibilità di **proprietà straniera fino al 100% per ben 122 settori, tra i quali anche la manifattura e l'agroalimentare** che utilizzano tecnologie innovative ad alto valore aggiunto. Sebbene si tratti di una deregulation significativa, questa normativa sembra per lo più rivolta ad **attrarre nel paese aziende medio/grandi, considerato l'elevato importo minimo di capitale sociale richiesto** (€ 0,5M; € 1,9M; € 3,8M fino a € 25M)
- **Società in Free Zone:** **fino 100% proprietà straniera** ed **esenzione daziaria** per le attività di riesportazione
- **Filiale di casa madre straniera:** 100% proprietà della casa madre ma con utilizzo **di un «service agent»** di nazionalità emiratina per le pratiche amministrative nei confronti della pubblica amministrazione

Il sistema fiscale

- **Dazio generale pari al 5% del valore CIF merce sulla maggior parte delle tipologie di beni, con eccezioni (tabacchi 100%, alcol e derivati 50% +30% Municipality Tax)**
- **La merce importata nelle Free Trade Zones non è soggetta ai dazi doganali** (a condizione che la merce non entri poi nel territorio emiratino) in quanto considerate extra territoriali ai fini della legge doganale GCC
- Dal 2017 accisa 50% su Bevande Gassate e Zuccherate, 100% su Tabacchi, Energy Drinks e Sigarette Elettroniche
- Dal 1 gennaio 2018 è stata introdotta l'imposta sul valore aggiunto (IVA) ad un tasso del 5% sul valore dei beni e servizi venduti nel Paese (fatta qualche eccezione)
- **Dal 2003** con la Legge Doganale Unificata degli Stati membri del **GCC: sistema unificato di tariffe** applicabili sui beni provenienti dagli Stati extra GCC e concetto del **"primo punto di entrata della merce"** per la riscossione dei dazi, che andranno poi versati allo Stato di destinazione finale della merce

Normativa sull'importazione

- Particolarmente stringenti le previsioni per i **prodotti alimentari**: devono essere muniti di **etichettature in arabo** anche sugli imballaggi e rispettare tutta la normativa su food security:
<https://www.dm.gov.ae/en/Business/FoodSafetyDepartment/Pages/default.aspx>
- La **carne** importata deve avere un certificato sanitario dal paese di origine e un **certificato halal** emesso da un centro riconosciuto nel paese di origine
- È fatto **divieto di promozione di bevande alcoliche**, vino incluso, che tuttavia possono essere **importate e distribuite ma solo attraverso specifici operatori autorizzati** (oligopolio)

Informazioni di tipo contingente

Breve illustrazione di eventuali trend o eventi di particolare rilevanza nel mercato di riferimento

- Politica di **diversificazione** economica per ridurre il peso degli idrocarburi su pil ed export
- **80 Mld us\$ investimenti pubblici per sviluppo di altri settori e servizi** strategici: energie alternative e rinnovabili, turismo, logistica, infrastrutture e trasporti, servizi sanitari, istruzione, manifattura (i.e. Farmaceutica, aerospaziale e automobilistica), servizi finanziari e nuove tecnologie (bio e nano incluse)
- **Obiettivo:** 80% del pil da settore non oil & gas
- **Moderno ed efficiente sistema infrastrutturale che favorisce commerci e turismo:** piattaforme logistiche portuali ed aeroportuali all'avanguardia e rete viaria particolarmente sviluppata e hub aeroportuali fra i più avanzati al mondo: Dubai International Airport (oggi primo al mondo per traffico internazionale di passeggeri e terzo per traffico totale); Jebel Ali port (10° più grande porto del mondo con 14.95 Milioni teu nel 2018 e il più grande del Medio Oriente); Etihad, una delle due compagnie aeree di linea, è al 5 posto nella classifica mondiale Skytrax)
- **Dubai expo2020 - www.Expo2020dubai.Com. Il 4 maggio 2020 il bureau international des expositions (bie) ha confermato lo slittamento della data dell'expo2020 al 1 ottobre 2021-31 marzo 2022: 192 paesi; 25 milioni di visite attese, 75% da estero;** prima volta in un paese arabo; claim: *connecting minds, creating the future: mobility, opportunity, sustainability*; claim italia: *beauty connects people* <https://italyexpo2020.it>
- **Stime impatto economico su economia eau:** circa **33,3 mld us\$** (1,5% pil) su economia eau entro il 2031; **stime impatto economico su economia italia** (by politecnico milano): **1,675 mld euro** annui, di cui **1,5 md su export, 0,15 mld di ide** (investimenti diretti esteri), ed una crescita del **5%** del **flusso turistico** proveniente dal medio oriente quantificabile in 0,025 mld euro
- **Ice** realizzerà un **Programma speciale** dedicato al più grande evento di promozione all'estero dell'Italia dopo l'emergenza COVID19 (v. apposita sezione più avanti)

Istruzioni per affrontare il mercato / accedere

Principali caratteristiche dei canali di importazione, distribuzione e vendita

Tipi di outlet ¹

- **Boutique tradizionali, bancarelle di suk popolari:** per clienti a basso reddito; prodotti di gamma medio-bassa.
- **Centri commerciali:** rapida crescita sincronica con crescente ricchezza del paese e lo sviluppo del turismo. Principali Mall: Abu Dhabi Mall; Mall of the Emirates
- **Negozi specializzati:** offerta prodotti di lusso nel settore della gastronomia, alcolici inclusi, capi di abbigliamento, accessori moda, orologi, ecc.
- **Negozi multi-prodotto e multi-marchio:** per es. Salam studios
- **Shop in shop:** grandi magazzini che riuniscono diversi marchi di prodotti di lusso nella stessa area, con una posizione dedicata per ogni marchio. Questo è un nuovo concetto molto in voga a Dubai (per es. Paris Gallery)
- **Boutiques di hotel:** specializzate in prodotti di lusso e monopolizzata da alcuni agenti importatori che hanno firmato contratti esclusivi con gli hotel
- **Supermercati:** i maggiori gruppi presenti sono Carrefour, (tramite il Gruppo Majid Al Futtaim che include anche Casino/Geant, sempre di Carrefour). Oltre a Lulu, Spinneys, e Waitrose

¹ Fonte: Santander Trade

Evoluzione del settore retail - crescita e regolamentazione²

- **EAU mercato più attraente della regione** per i rivenditori. **Vendite al dettaglio:** da 56,6 miliardi di dollari nel 2016 a **71 Mid US\$** stime 2021 (+25%)³; **l'86% della popolazione** vive nei **centri urbani**; **tasso** di crescita annuo **4,9%**; ipotesi di aumento VAT (introdotta nel 2018 al 5%) torna ad essere remota dopo crisi Covid-19; il settore contribuisce per circa **l'11% al PIL** del paese (**29% per il PIL di Dubai**)
- **Commercio elettronico:** **crescita** media del **30%** negli ultimi anni e previsioni di ulteriore crescita
- Modalità di vendita: **le vendite dirette non sono molto diffuse**. Il modo più comune è commercializzare prodotti **attraverso agenti commerciali o distributori** locali, spesso diversi da un emirato all'altro per una stessa azienda. Le importazioni e le esportazioni di prodotti alimentari sono in genere affidate a società specializzate in questo campo. Le aziende tendono a sfruttare la posizione geografica di **Dubai come hub regionale per lo stoccaggio delle merci prima di riesportarle in altri mercati**. Il **franchising** è in **rapida espansione**.

Quote di mercato

I **supermercati** hanno la maggiore quota di mercato con il **49,2%** delle vendite. I leader di mercato sono: Lulu Group (quota di mercato del 6,01%), Carrefour (4,08%), Spinneys (1,98%).

Seguono vendite **all'ingrosso (28,3%)**, **centri commerciali (6%)**, fiere ed esposizioni (1,5%), e negozi specializzati (0,2%).

² Fonte: Euromonitor

³ Non include effetto (negativo) da Covid19

Si registra una **crescita esponenziale** della **consegna online di prodotti alimentari e bevande** sostenuta da investimenti in digitalizzazione e omnicanalità. Gli ipermercati stanno apportando innovazioni tecnologiche (digitalizzazione, robot, ecc.) che consentono al resto del personale di concentrarsi sul servizio al consumatore oltre a creare una migliore esperienza di acquisto attraverso piani di fidelizzazione e servizi di consegna a domicilio per combattere il crescente fenomeno della **preferenza dei clienti verso i negozi di vicinato**, che vengono favoriti per acquisti più frequenti e minori quantità soprattutto di prodotti freschi.

Percezione dei prodotti italiani da parte dei consumatori: *strengths and weaknesses*

Il paese è il **primo mercato di sbocco** per il Made in Italy **nell'intero mondo arabo**. La presenza imprenditoriale italiana negli Emirati Arabi Uniti è altamente qualificata e si stima sia rappresentata da **oltre 800 società, tra unità con propria filiale e** molte altre che operano **tramite agenti locali**. I nostri imprenditori trovano negli EAU un ambiente ricco di opportunità, ma anche un mercato molto competitivo e non privo di insidie.

Se da una parte la agiatezza dei *nationals* ne fa un **ambiente perfetto per la percezione ed apprezzamento dei prodotti made in Italy, soprattutto quelli di consumo, specie se di lusso e branded** (mobili, gioielleria, abbigliamento ed accessori, cosmetici) dall'altra per conquistare o consolidare quote di mercato negli EAU sono **necessari investimenti a lungo termine, una presenza forte sul territorio e una strategia che escluda azioni estemporanee** e punti invece alla creazione di rapporti stabili e duraturi con gli interlocutori locali.

La **cucina italiana** risulta essere **la seconda preferita** dal consumatore locale, **dopo quella del paese di provenienza**, ma sconta la **scarsa preferenza della popolazione di origine asiatica per prodotti italiani** come olio extravergine di oliva, pasta, formaggi.

Per una penetrazione su larga scala e di massa, tenuto conto della alta percentuale di *expats* da PVS dell'Asia e dell'Africa, il **prezzo continua a rappresentare un ostacolo determinante**.

Fondamentale un **investimento in comunicazione a medio-lungo termine** per posizionamento e *perception*, anche di massa, della convenienza qualità/prezzo.

Cross cultural management and business etiquette: gestire gli aspetti culturali del Paese, declinare e adattare la comunicazione online e offline dell'azienda

Sistema giuridico basato su **Civil Law (occidentale)** con **Sharia (Islam)** e **Common Law (Britannica)** in **DIFC (freezone finanziaria di Dubai)**. *Sharia*, che ispira i **valori e principi etici di riferimento** per la vita personale e sociale, ma anche per la **condotta degli affari**, oltrechè regolarne il **calendario** (preghiera il venerdì; nel periodo del *Ramadan* è meglio evitare di programmare un viaggio di affari, così come intorno alle 2 festività più importanti il *Eid-al-Fitr* che segue il Ramadan e il *Eid-al-Adha* che segue il pellegrinaggio annuale)

Saluto

Salamu aleikum (la pace sia con te) – Aleikum salam (e la pace sia con te). Quando si hanno relazioni di affari, si usano sempre le **strette di mano** che possono durare a lungo. Il galateo islamico raccomanda che sia l'altro a ritrarre la mano prima che si faccia lo stesso. Usare sempre la mano **destra**. Non bisogna sorprendersi se l'interlocutore tiene la mano mentre accompagna da qualche parte. È una usanza comune e non ha la stessa connotazione che può avere in Occidente...

Gli arabi sono abbastanza **informali** e generalmente **chiamano le persone per nome**.

Nella cultura araba **il ruolo di uomini e donne è molto definito**. La Costituzione degli EAU garantisce pari diritti a tutti i cittadini ed il paese ha visto recentemente significativi cambiamenti sociali ed economici, tra i più importanti dei quali a favore proprio del ruolo donne: nel 2015 è stato istituito un piano strategico per l'emancipazione delle donne degli Emirati, salvaguardarne i diritti, migliorare il clima economico e politico, e proteggerle dalla violenza; nel 2018, il Governo ha anche approvato una legge sulla parità di retribuzioni per uomini e donne.

<https://u.ae/en/information-and-services/social-affairs/women>

<https://u.ae/en/about-the-uae/human-rights-in-the-uae/women-rights-in-the-uae>.

Il tasso di alfabetizzazione di uomini e donne negli Emirati Arabi Uniti è **vicino al 95%**, oggi, più donne che uomini completano l'istruzione secondaria e si iscrivono alle università e agli istituti post-laurea e **le donne occupano due terzi delle cariche nel settore pubblico**, con il 30% in ruoli di leadership.

Gli arabi **non separano la vita professionale da quella personale**. Fare affari riguarda sempre di più ruotare intorno a **relazioni personali, legami familiari, fiducia ed onore**. È quindi cruciale che le relazioni di affari vengano costruite su amicizia e fiducia. Le **buone maniere e la cortesia** sono particolarmente apprezzati.

I meeting non devono essere organizzati **con troppo largo anticipo**. Una volta fissato un appuntamento, è bene confermarlo verbalmente con la persona da incontrare pochi giorni prima. Il prologo dei meeting è dedicato alla costruzione della relazione personale. **Fiducia ed empatia** sono prerequisiti per fare affari in Medio Oriente. Occorre tenere la conversazione e cercare di approfondire la conoscenza con l'interlocutore. **L'approccio diretto e deciso non è generalmente il benvenuto**, quindi è necessario essere pazienti.

Se si sta negoziando, occorre ricordare che gli arabi **sono eccellenti negoziatori**. Le decisioni vengono adottate **molto lentamente** e le **formalità burocratiche** tendono ad aumentare i ritardi. Tuttavia **non bisogna esercitare pressioni**, in quanto tali tattiche possono essere controproducenti.

L'**ospitalità** è uno stile di vita nel mondo arabo e gli affari vengono spesso condotti durante il pranzo o la cena, molto probabilmente in un hotel o in un ristorante. È considerato educato restituire l'invito.

Last but not least, gli UAE sono un ambiente **assolutamente multiculturale** (dalle Filippine, all'Africa passando per India e Pakistan e Cina, al Sudamerica, all'Iran, all'Europa e gli USA): e dunque la **business etiquette** sarà **fortemente influenzata** anche dalla **nazionalità del vostro interlocutore**.

L'utilizzo del digitale nel mercato di riferimento: focus su social network e Marketplace (fonte: Santander Trade)

Accesso a Internet

Seconda posizione nella regione in termini di **tasso di penetrazione** di Internet, uno dei più alti al mondo, stimato a circa **il 90%** (Internet World Statistics). Gli **utenti di Internet** degli Emirati, sia locali che espatriati, **(8,5 milioni di persone)** rappresentano **il 5,8% della popolazione totale di utenti Internet in Medio Oriente** (il 4° più alto). La penetrazione di Internet ha raggiunto quasi la maturità e ora **cresce a un tasso medio del 4%** (Hootsuite). Gli Emirati Arabi Uniti hanno **la più alta penetrazione di smartphone nel mondo (81% nel 2017)** e **l'82% della popolazione totale è attiva negli utenti di Internet mobile**. Anche l'uso di Internet è estremamente frequente con **l'89% degli utenti** che ha dichiarato di **accedere a Internet ogni giorno** (Google Consumer Barometer). **La quota di dispositivi mobili** nel traffico web è la più elevata (57%) e continua ad aumentare rapidamente a spese di personal computer e tablet (rispettivamente -16% e -13% a / a). Per quanto riguarda i motori di ricerca, **Google domina il mercato con una quota del 96,72%, seguita da Bing all'1,48% e Yahoo all'1,42%** (Statcounter - 2017).

Mercato e-commerce

Il commercio elettronico Emirati ha registrato una delle crescite più elevate negli ultimi anni ed è **il mercato più dinamico in tutta la regione MENA, nonché il leader dell'e-commerce tra gli stati GCC**. Tra il 2013 e il 2017, si ritiene che le vendite al dettaglio online siano cresciute da \$ 490 milioni a \$ 1,6 miliardi. **Il valore totale del mercato dell'e-commerce** dovrebbe aumentare esponenzialmente oscillando tra 9 e **10 miliardi di dollari, con previsioni di raddoppio nel prossimo triennio**. Nel complesso, si prevede che il mercato **crescerà ad un tasso medio del 25% all'anno** entro il 2021. Si prevede che la crescita del mercato e-commerce sarà alimentata in larga misura dai **dispositivi mobili**, poiché gli Emirati Arabi Uniti hanno **il più alto tasso di penetrazione degli smartphone nel mondo (81% nel 2017 secondo un sondaggio Newzoo)**. L'utilizzo dello smartphone risulta essere **ancora più elevato tra i millennial (oltre il 90% secondo un sondaggio di Google)**. La quota di utilizzo **mobile negli acquisti online regolari è già superiore a quella dei laptop e dei computer desktop (47% contro il 39% - Hootsuite)**. Lo shopping transfrontaliero (**trans border ecommerce**) è estremamente popolare negli Emirati Arabi Uniti, con il **46%** dei consumatori che afferma di aver acquistato da siti Web stranieri nel 2017 (PayPal 2018). **I siti Web americani** erano di gran lunga le piattaforme di e-commerce più visitate, seguite da **siti Web indiani e cinesi. Souq.com, Cobone.com e Sukar.com** sono i **più grandi siti Web di e-commerce** a livello locale. Si ritiene che **l'acquisizione di Souq.com da parte di Amazon e il lancio di Noon.com da parte del gruppo Emaar** nel 2017 stimolino ulteriormente il mercato degli e-commerce degli Emirati. La fusione tra Amazon.com e Souq.com ha portato al lancio di **Amazon.ae** nel 2019. Questa nuova piattaforma di e-commerce offre ora **30 milioni di referenze** (25 milioni da Souq e 5 milioni da Amazon). **Noon.com** è stato lanciato nel 2017, offrendo ai clienti **20 milioni di referenze**, tra cui anche prodotti a marchio proprio per competere con Amazon.ae.

Vendite e clienti e-commerce

La popolazione degli Emirati, sia locali che espatriati, è tra gli acquirenti online più collegati al mondo e più attivi al mondo. Secondo Eshop World, gli Emirati Arabi Uniti hanno un totale di **6,8 milioni di acquirenti online, ovvero quasi l'80% degli utenti di Internet, che è superiore alla media europea (66% degli utenti di Internet)**. Gli acquirenti online di **età inferiore ai 31 anni**, che rappresentano il 64% della popolazione, **rappresentano il 73%** di tutte le transazioni online. Le vendite sono fortemente basate a **Dubai**, poiché la città **ospita il 60% di tutti gli acquirenti online**. A seguito dell'elevata diversità della popolazione, **solo meno del 30%** degli acquirenti online **sono cittadini emiratini**. Essendo il centro di riesportazione della regione, gli Emirati Arabi Uniti hanno una **rete di consegne ben consolidata** e si classificano al **13° posto nell'indice di prestazioni logistiche** della Banca mondiale. D'altra parte, i metodi di pagamento online sicuri sono lungi dal raggiungere la maturità, poiché il 58% di tutte le transazioni online è ancora effettuato in contanti, secondo A.T. Kearney. Una nuova iniziativa di protezione dei consumatori online, nota come "Protezione digitale", è stata lanciata da *Dubai Department of Economic Development* per rafforzare la fiducia dei consumatori nei pagamenti elettronici. **Nonostante la relativa mancanza di metodi di pagamento online sicuri, l'importo speso per persona per acquisto online è il più alto al mondo, a \$ 332 (KPMG - 2017), rispetto a \$ 86 per acquisto negli Stati Uniti e \$ 73 in Europa**. Mentre le vendite online sono state tradizionalmente **dominate dalla vendita al dettaglio di elettronica**, la quota della **moda** è in aumento e è passata da 85 milioni di dollari nel 2013 a 272 milioni di dollari nel 2017, secondo Euromonitor. Tuttavia, le vendite di moda rappresentano **solo il 3%** del totale degli acquisti al dettaglio online, **mentre nel Regno Unito**, un mercato maturo in questo campo, la **moda** comprende **il 40% delle vendite online** totali. I consumatori rispondono bene agli adattamenti locali delle principali promozioni di shopping online internazionali, come il **White Friday** (basato sul Black Friday), che è diventato il più grande evento di shopping online.

Social media

Gli Emirati Arabi Uniti hanno **il più alto tasso di penetrazione nei social media al mondo (99% - Hootsuite 2017)**. Gli utenti degli Emirati sono anche **tra i più attivi sui social media** e trascorrono in media **3 ore e 24 minuti al giorno** su piattaforme di social media e 7 ore e 55 minuti online. **Facebook e YouTube** sono i social network più popolari negli Emirati Arabi Uniti, con circa **8,7 milioni di utenti** ciascuno. Questi due sono seguiti da **WhatsApp (7,2 milioni di utenti) e Instagram (5,7 milioni)**. Secondo il Social Media Survey degli Emirati Arabi Uniti e MidEast Media Survey, **la classifica è diversa se si considerano solo gli Emirati locali**. In tal caso, **WhatsApp è la rete più popolare, utilizzata dal 96% degli Emirati (1,7 milioni di persone), seguita da Instagram (78% o 1,4 milioni), Facebook (70% o 1,2 milioni) e Snapchat (62% o 1,1 milioni)**. I social media vengono utilizzati **principalmente a scopo di intrattenimento** (quasi il 70% degli utenti), mentre solo la metà degli utenti accede ai social media per ottenere e condividere notizie. **Twitter** è la principale piattaforma di social media **per le notizie**, mentre YouTube è la piattaforma principale per l'intrattenimento, secondo MidEast Media Survey. Gli **influencer** hanno un ruolo crescente per la diffusione di marchi, prodotti commerciali, promozione eventi.

Opportunità per mercato-settore / crescere

Trend di mercato: settori con elevata crescita e opportunità di ingresso per i prodotti italiani; andamento domanda e concorrenza

Meccanica strumentale in genere

Anche verso questo Paese, per quanto non a vocazione manifatturiera, la tecnologia e i macchinari in genere rappresentano circa il **19% del nostro export totale** (prevalente la quota di attrezzature dedicate all'oil&gas ovviamente, al trattamento acque, alla produzione di energie rinnovabili). L'Italia occupa la **sesta posizione** tra i fornitori dietro a Cina, UK, USA, Germania, Giappone.

Impianti e macchinari per Infrastrutture

Attualmente negli EAU sono attivi circa 10.000 progetti, di cui 4.800 a Dubai⁴. Tra questi, 180 milioni di US\$ per nuove strade nell'Emirato di Abu Dhabi; 550 mln US\$ per l'ammodernamento della Dubai-Al Ain Road. **Per Expo 2020** e relativi progetti infrastrutturali investiti **circa 10 miliardi di US\$**, tra i mega projects: espansione dell'aeroporto internazionale Al Maktoum (DWC), del porto di Jebel Ali, della linea rossa della metropolitana che collegherà il centro di Dubai al sito dell'Expo.

Automotive

Potenziabile crescita per mercato di **ricambi e accessori** per autoveicoli con oltre **3,4 milioni di veicoli** a motore **immatricolati** nel 2018 e un numero stimato in aumento negli anni successivi.

⁴ Situazione pre Covid19.

Oil & Gas

Attrezzature e accessori per la lavorazione di idrocarburi negli Emirati Arabi Uniti, che è uno dei maggiori produttori mondiali di petrolio con una produzione compresa tra 3 e 3,5 milioni di barili/giorno.

Edilizia e Materiali da costruzione

Previste **34.000 nuove unità** abitative nei prossimi anni, per un investimento di **8,7 miliardi** di dollari. Rispetto alla concorrenza (Cina, Turchia, India, Grecia, Spagna), gli esportatori italiani hanno registrato risultati meno negativi: Italia -12% , contro una media di -15% degli altri fornitori concorrenti. Il solo settore delle costruzioni contribuisce per il 6,4% del PIL con 33 miliardi di US\$.

Energie rinnovabili - componenti e macchinari

Esportazioni mondiali verso gli EAU 1,4 mld di euro (2019), **Italia 152 mln** di euro (+20% in valore) con **quota di mercato** pari al **9%, quarto fornitore** dopo Cina (18,2%), Stati Uniti (17%) e Germania (12%). **Molto deboli** le esportazioni italiane nel **fotovoltaico** (meno di 1 mln euro, contro export mondo verso UAE di oltre 300 mln euro con Cina primo fornitore 74% seguita da India 16%). La **nuova domanda** proviene anche **dagli impianti di desalinizzazione acque** che la DEWA intende alimentare totalmente ad energia pulita/solare entro il 2030. Per la **Dubai Clean Energy Strategy**, che mira **entro il 2050** a soddisfare il fabbisogno energetico con il **contributo del 75% di energia pulita, saranno investiti 600 miliardi di Aed (163 miliardi di dollari)**.

<https://www.dewa.gov.ae/en/about-us/strategic-initiatives/mbr-solar-park/facts-about-the-solar-park>.

- **Al Makhtoum Bin Rashid Solar Park:** in un'area di 77 km quadrati, commissionato dalla Dewa per un investimento pari a 50 mld di AED (13,6 Mld di dollari) è il più grande impianto di energia solare IPP (Independent Power producer) con previsione di capacità 5000MW entro il 2030 , e che, una volta terminato garantirà una diminuzione delle emissioni di Co2 di 6.5 milioni di tonnellate all'anno.

- **Hassyan's Sea Water Reverse Osmosis (SWRO) Project** - Impianto di desalinizzazione. Il primo impianto IWP realizzato dalla DEWA, la prima fase inizierà nel 2023, al completamento avrà una capacità di 120 milioni di galloni imperiali di acqua prodotti con il procedimento di osmosi inversa.
- **Noor Abu Dhabi**: il più grande impianto fotovoltaico al mondo per singolo sito operativo, 3,2 milioni di moduli fotovoltaici con una potenza di 1,17 GW, per un investimento di 872 milioni di US\$, commissionato da Abu Dhabi Power Corporation. La struttura è in grado di soddisfare le esigenze elettriche di 90.000 persone e il progetto consentirà una riduzione di un milione di tonnellate di CO2 emesse l'anno, equivalente alla rimozione di 200 mila automobili dalle strade. Commissionato dal consorzio.

L'energia rinnovabile sarà **protagonista ad Expo** dove, stando ai progetti, il **100% dell'elettricità** usata nel sito nel corso dell'evento proverrà **da fonti rinnovabili**. <https://www.constructionweekonline.com/projects-and-tenders/260071-dewa-will-provide-100-renewable-energy-at-expo-2020-dubai>.

Il paese poi ospita l'**IRENA, l'Agenzia Internazionale per le Energie Rinnovabili**, nata su impulso della Nazioni Unite, con sede **ad Abu Dhabi**, la cui assemblea conta oggi **161 Paesi** membri. A **gennaio 2020** ha siglato con il Ministero dell'Energia e dell'Industria emiratino un **MoU** per la cooperazione nel campo delle energie rinnovabili e per **l'accelerazione al passaggio di risorse energetiche a bassa emissione di carbonio**.

Aerospazio

Uno dei 6 settori strategici nella *"Dubai Industrial Strategy 2030"*; contribuisce al **2.3% del PIL** con 1.8 miliardi di dollari in export di parti di aeromobili; **2 cluster aerospaziali** (Dubai World Central Aviation District; Nibras Al Ain Aerospace Park ad Abu Dhabi); tra i progetti più ambiziosi: **Emirates Mars Mission**, stabilire il primo insediamento umano su Marte entro il 2117.

Medicale e farmaceutico

Importazioni globali EAU dal mondo:

2,5 mld di Euro; nonostante la forte concorrenza della Germania nel settore medicale, l'Italia conferma una **crescita del 10%** (2019/2018) e quota del 3% (75 mln euro); i segmenti più interessanti per le imprese italiane riguardano i **prodotti farmaceutici** e i **macchinari e strumenti medico-chirurgici**. Forti **investimenti** da parte del **Ministero della Salute** EAU con sue politiche proattive di **welfare**.

Beni di consumo di lusso

Previsioni di **crescita modesta per via della saturazione in un mercato ormai maturo** ed a causa dell'introduzione dell'IVA (5% nel 2018), che influisce sul prezzo al dettaglio. I top brands comunque continuano a fare tendenza e si nota una crescita del mercato degli accessori (top brands) di seconda mano. **Vendite: +4,0%** 2019/2018 per circa **12 mld US\$** (prezzo al dettaglio).

Gioielleria

Importazioni da mondo circa 13 mld di euro. India (57% quota, 7 mld Euro) e Turchia (7,55%, 1 mld euro) sono i maggiori concorrenti dell'Italia (852 mln euro).

Agroalimentare

Il mercato più attraente della regione. driver di crescita: sostegno di iniziative di **agricoltura biologica**; sviluppo degli standard **HALAL**; lancio della **strategia nazionale per la sicurezza alimentare 2050** (iniziative chiave: facilitare il commercio alimentare globale; diversificare le fonti di importazione alimentare; identificare schemi di fornitura alternativi) EAU unico paese della regione ad aver ottenuto il BMI RRI (Risk Reward Index) **al 6 posto su 107 paesi per "favourable environment for the food & beverage business"** (*Dubai Exports*). **Importazioni: da mondo 12 mld EUR, da Italia 291 mln di EUR, +22%** 2019/2018; **13°** fornitore (fonte TDM); **opportunità crescita:** 1) scarsissima produzione locale; 2) importante presenza nella GDO con prodotti italiani di fascia media; 3) canale Ho.Re.Ca (continuo incremento ristoranti italiani).

Mobili e arredo casa

Italia secondo fornitore (200 mln Euro, quota 11%; di questi 160 mln euro sono di mobili) preceduta da Cina (700 mln Euro, 49,5%). **Contraddittori** se non preoccupanti i dati sul real estate, con **prezzo medio affitti diminuito** almeno del 13% ma **progetti** di investimento in nuove unità abitative, uffici ed hospitality **sostenute nel medio-lungo periodo**, anche dalla **prospettiva Expo2020**.

Programmi Governativi rilevanti per nuove opportunità aziende italiane, anche PMI

1) VISION 2021 (2021: 50 anni dalla nascita degli EAU)

contiene **linee strategiche di lungo periodo** finalizzate a rendere il Paese uno dei migliori esempi di sviluppo al mondo e costruire una società prospera e coesa, per assicurare benessere, **crescita solida e sostenuta conservando elevati standard di vita** (conseguiti grazie alle ingenti entrate petrolifere).

2) NATIONAL AGENDA

Corollario della Vision 2021, sono **gli indicatori di performance** da raggiungere in vari settori: **istruzione, sanità, economia, sicurezza, edilizia abitativa, infrastrutture, servizi governativi**. Misurano i risultati della performance relativa agli obiettivi di " Vision 2021 " e vengono monitorati periodicamente.

3) LA STRATEGIA PER L'INNOVAZIONE (2014-2021)

Gli EAU **puntano ad entrare** entro il 2021 **nella top twenty** della classifica delle Nazioni Unite per l'innovazione globale: sono passati dal 47° posto nel 2015 al 36° nel 2019⁶.

⁶ Fonte: Department of Tourism and Commerce Marketing, The United Arab Emirates' Government portal

La “strategia per l’innovazione” è un Programma fondato sulla promozione di **7 settori prioritari** che **catalizzeranno investimenti pubblici e privati**:

- Energie rinnovabili
- Trasporti
- Istruzione
- Sanità
- Tecnologia
- Trattamento acque
- Aerospazio

L’**investimento pubblico annuale** è stimato tra i **2,7 e i 3,8 miliardi di US\$**. Il Programma mira a:

- Facilitazione del quadro normativo
- Promozione degli incubatori di imprenditoria
- Predisposizione di infrastrutture high-level per le tecnologie che promuovono l’innovazione
- Predisposizione di modalità di finanziamento alternative
- Sottoscrizione di accordi internazionali per R&S
- Accelerazione della innovazione nella gestione del governo e degli enti pubblici

Tra le **550 iniziative già in corso**:

- La trasformazione di oltre **1.100 servizi pubblici essenziali in servizi intelligenti**, forniti prevalentemente **online**; richiede inoltre a tutti gli enti governativi di **ridurre le spese dell’uno per cento e di dedicare i risparmi ai progetti di ricerca e innovazione**
- Introduzione di **veicoli autonomi e servizi di trasporto intelligenti**
- Rete **wi-fi** gratuita ad alta velocità

- Sviluppo di una **economia data-driven (utilizzo big data)**
- **Dubai** punta a **costruire con tecnologia 3D Printing il 25% dei suoi edifici entro il 2030, riducendo i costi di costruzione dell'80% e impiegando fino al 70% in meno di tempo** per la costruzione
- Entro il 2030 il governo mira ad **automatizzare il 25 per cento del trasporto** che ridurrebbe i **costi del 44%, risparmiando € 230 milioni all'anno**
- Gli Emirati Arabi hanno investito **oltre € 5 miliardi per lo sviluppo di tecnologia spaziale** e prevedono di inviare la **prima sonda senza pilota (dei paesi arabi) su Marte entro il 2021**. Inoltre, è stata **avviata la costruzione del più grande centro spaziale della regione MENA ad Abu Dhabi**
- La **Dubai Future Foundation**, attraverso il Programma **Dubai Future Accelerators** , investirà oltre **€ 250 milioni** nei prossimi cinque anni **in società nazionali e internazionali che promuoveranno progetti innovativi** in sanità, trasporti, energie rinnovabili, sostenibilità, istruzione, sicurezza e pianificazione urbana che verranno localizzati nel Dubai Future District, il più grande distretto dedicato alla innovazione e sostenibilità dell'intero Medio Oriente

Un **possibile impatto** della pandemia iniziata nei primi mesi del 2020 e conseguente *disruption* delle catene del valore potrebbe essere la **ri-localizzazione di alcune attività produttive o segmenti della catena dal far east asiatico verso le più vicine free zones degli EAU**, ben organizzate a livello infrastrutturale, con validi collegamenti, logistica strutturata e manodopera dai paesi asiatici ed africani a basso costo (*near reshoring*).

Opportunità gare internazionali: incremento dei budget di spesa governativi (federali e dei singoli emirati) destinati alla **ricerca e sviluppo** in energie rinnovabili, nuove tecnologie e aerospaziale oltre che a infrastrutture e sviluppo sociale (sanità, abitativo e istruzione). Tutte le gare pubbliche sul **sito web "Government tendering and awarding"**: <https://u.ae/en/information-and-services/business/government-tendering-and-awarding>.

L'Emirato di Dubai dispone anche di una **app "Smart Supplier"** (Apple Store e Google Play) che **raccoglie le gare pubbliche**: il 95% del budget di spesa governativo, 45,000+ fornitori e 7,000 users.

Attrazione investimenti esteri: il Paese gode di una consolidata **tradizione**. Già **nel 1894 l'allora emiro di Dubai concesse l'esenzione fiscale completa a tutti i commercianti stranieri**, rendendo poi nel 1903 Dubai un importante porto di scalo per le merci che transitavano nella regione facendo, di conseguenza, stabilire a Dubai i maggiori mercanti del Golfo Persico. **Oggi** gli Emirati Arabi Uniti sono il più importante **hub commerciale** dell'area geografica **MENASA** (Medio Oriente, Africa settentrionale, India e Asia sud occidentale) che conta un **mercato di oltre 2.0 miliardi** di persone: **un terzo della popolazione mondiale vive a 4 ore di volo da UAE** e, per questo motivo, molte tra le grandi multinazionali mondiali hanno scelto gli EAU e Dubai come sede di questa regione. Exxon Mobile, Total, IBM, Microsoft, Oracle, Carrefour, Unilever, Fedex, Citibank, Boeing ne sono alcuni esempi. Lo stesso **recente imponente sviluppo della città di Dubai** è stato per buona parte finanziato attraendo capitali **esteri e non** attraverso le entrate derivate **dal petrolio**, che per Dubai sono inferiori al 4% del PIL. Tra gli **strumenti ed asset** su cui fa leva il Governo per attirare capitali dall'estero:

- **Nessuna imposta sul reddito** delle persone giuridiche, fisiche **e sui rendimenti/redditi finanziari**
- Sugli scambi con l'estero, **tasse doganali al 5%**, (con poche eccezioni) e **ri-esportazione esente**
- Buon **rating del credito: Aa2** (Moody's), AA (S&P e Fitch)
- **Forza lavoro abbondante e costi energetici competitivi**
- **Stabilità politica**
- **Società civile multiculturale**
- **Immobili strumentali moderni e ben serviti**
- **Infrastrutture moderne e funzionali**
- **44 accordi che evitano doppia imposizione e 32 trattati bilaterali di investimento**. Gli EAU fanno parte del WTO (Organizzazione Mondiale del Commercio) e dell'OPEC. Sono membri del **Gulf Cooperation Council, condividendo un mercato comune e un'unione doganale con Arabia Saudita, Kuwait, Bahrain, Oman** e, di conseguenza, membri

della Greater Arab Free Trade Area (GAFTA), l'area di libero scambio tra i paesi arabi. Inoltre, hanno accordi di libero scambio con Svizzera, Norvegia, Liechtenstein, Islanda (EFTA) e Singapore (GSFTA), oltre all'accordo **ITA sui beni informatici** concluso **tra 78 membri** incluso Italia che mira a ridurre ed esentare i beni informatici da tasse e dazi

<https://www.economy.gov.ae/english/Ministry/MinistrySectors/ForeignTradeSector/Trade-Negotiations-WTO/Trade-Agreements/Pages/default.aspx>

<https://www.tamm.abudhabi/en/aspects-of-life/importingexporting/internationaltrade/FreeTrade/free-trade-agreements-of-uae>

- Il diritto è di diretta derivazione della **Civil Law** con principi morali ed etici della **Sharia** (Legge Islamica). La **Common Law** (Britannica) viene applicata **all'interno di DIFC** – Dubai International Financial Centre
- Nel paese esistono **37 free zones**, di cui **25** nell'Emirato di **Dubai**
- Regime di **Common Law (inglese)** nel **DIFC** (Dubai International Financial Centre), mentre nel resto del paese il regime in vigore è quello della *Civil Law + Sharia* islamica

Dati sull'attività Investimenti Esteri:

- Nel 2018 gli Emirati Arabi Uniti sono stati la **27esima destinazione** degli Investimenti Diretti Esteri al mondo, guadagnando tre posizioni rispetto al 2017
- Gli Emirati Arabi Uniti si sono classificati **al 16° posto su 190 paesi (Italia è al 58°) nel rapporto Doing Business del 2020** pubblicato dalla Banca mondiale, perdendo 5 posizioni rispetto al 2019

EAU - INVESTIMENTI DALL'ESTERO (FOREIGN DIRECT INVESTMENT)⁷

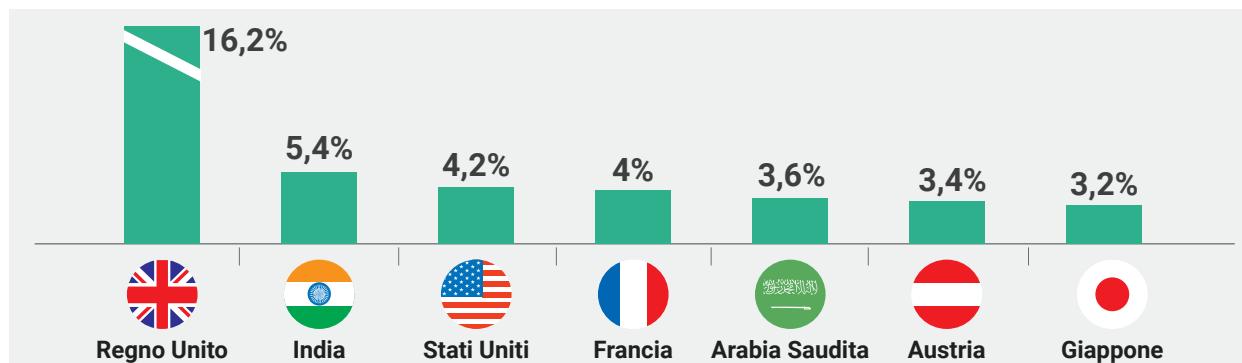
	(milioni USD)	2016	2017	2018
Fdi flusso in entrata	(milioni USD)	9.605	10.354	10.385
Fdi stock*	(milioni USD)	119.580	129.934	140.319
Investimenti greenfield	(numero)	303	330	378
Fdi flusso in entrata	(% sul GFCF)**	11,2	14,2	12,0
Fdi stock	(% sul PIL)	33,5	34,0	33,0

Fonte: UNCTAD

7 * FDI Stock è il valore della quota di capitale e riserve (inclusi gli utili non distribuiti) attribuibili all'impresa madre, più l'indebitamento netto delle affiliate all'impresa madre.

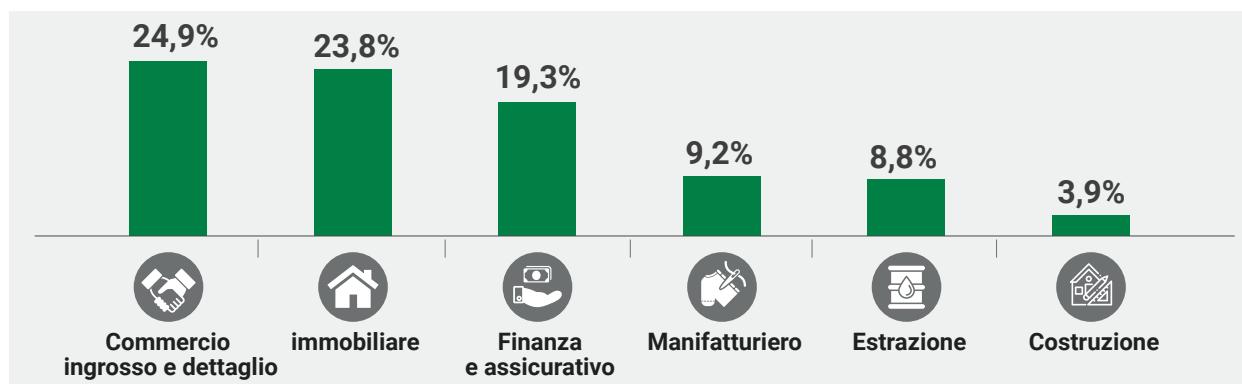
**Gross Fixed Capital Formation (GFCF) Misura il totale delle immobilizzazioni acquistate da imprese, enti e famiglie dedotte le immobilizzazioni vendute o demolite.

INVESTIMENTI IN EAU DALL'ESTERO PER PAESE (2016 in percentuale)



Fonte: UNCTAD, UAE Bureau of Statistics

INVESTIMENTI IN EAU DALL'ESTERO PER SETTORE (2016 in percentuale)



Fonte: UNCTAD, UAE Bureau of Statistics

L'attività di supporto e promozione di ICE

Principali servizi erogati dalla Rete estera (riferimento catalogo servizi) con focus su aziende servite, tipologia di servizi erogati, presentazione eventuali desk (FDI, Startup, Ostacoli al commercio e Anticontraffazione etc)

A) Servizi di informazione ed assistenza richiesti da aziende italiane all'ufficio **ICE di Dubai**. Nel 2019, n. **601 servizi** richiesti, di cui **50** per:

- **Ricerca clienti e partner esteri/business tour all'estero** (le aziende servite sono PMI, prevalentemente operanti nel settore dell'edilizia e dell'agroalimentare)
- **Organizzazione di eventi e partecipazione a manifestazioni promozionali** per conto di Associazioni di categoria ed Enti Regionali
Progetti integrati **business tour in UAE ed in Italia/ organizzazione di eventi**
- **Ricerca Investitori Esteri (FDI Desk)**
v. il nuovo catalogo servizi ICE su <https://www.ice.it/it/nuovo-catalogo-servizi-0>

B) Programma di iniziative promozionali ICE per il paese per la prossima stagione (sett.-ottobre 2020 – aprile 2021)

Gli Emirati storicamente sono una **piazza storica per le fiere**, in particolare **Dubai**. E l'intervento promozionale pubblico resta fortemente concentrato su tale modalità di promozione, imprescindibile per le PMI italiane che vogliono fare affari in questo *hub*, attraverso questo *hub* regionale.

Si stima in circa **1500 il numero di aziende italiane** che, a vario titolo, ogni anno partecipano agli appuntamenti fieristici ed espositivi di Dubai (e, per il settore oil&gas, di Abu Dhabi). Di queste **circa 300 in collettive** fieristiche organizzate direttamente da **ICE**.

Il calendario fieristico promozionale della prossima stagione prevede interventi MAECI-ICE

- Gitex Future Stars (start-up) www.gitex.com
- Middle East Watch and Jewellery Show (gioielleria) www.mideastjewellery.com/
- Wetex (energie rinnovabili) www.wetex.ae
- Airport Show (attrezzature aeroportuali) <https://www.theairportshow.com/>
- Speciality Food Festival (alimentare gourmet) www.speciality.ae
- Sharjah International Book Fair (editoria) www.sibf.com
- ADIPEC (oil and gas) www.adipec.com
- Downtown Design (arredamento) www.downtowndesign.com
- BIG5 (edilizia) www.thebig5.ae
- Dubai International Boat Show (nautica) www.boatshowdubai.com
- Speciality Food Festival (alimentare) www.speciality.ae
- Vicenza Oro Dubai (gioielleria) www.jewelleryshow.com
- Gulfood (agroalimentare - 2021) www.gulfood.com
- WFES (innovazione) www.worldfutureenergysummit.com
- Arabhealth (medicale) <https://www.arabhealthonline.com/>
- Gulfood (agroalimentare) www.gulfood.com
- AEEDC (dentale) www.aeedc.com
- Middle East Energy (MEE) www.middleeast-energy.com/
- AIM 2021 (Annual Investment Meeting) www.aimcongress.com

Quasi **300** sono gli **operatori** specializzati (agenti, importatori, distributori, buyers) che ogni anno ICE Dubai seleziona ed invita a **44 fiere italiane**, tra cui: Salone del Mobile, Cosmoprof, BI.MU., Cibus, MarmoMach, Macfruit, Samoter, Vicenza Oro, Oro Arezzo, Pitti, Micam - Mipel, Simac Tanning Tech, etc.

C) Programma speciale per Expo2020 <https://itaforexpo2020.com>

- **Investimento** promozionale pubblico **dedicato**: circa **3 milioni Euro** (si aggiungono ai 3 milioni del Programma Promozionale dedicato alle fiere settoriali negli i UAE)
- **30 iniziative** a supporto delle PMI italiane
- Coinvolgeranno circa **3.500 operatori professionali italiani ed esteri**
- Per **1200 imprese** italiane (di cui circa 300 nelle collettive settoriali)
- Su **4 pilastri**:
 - **rafforzamento** della partecipazione alle **fiere settoriali** che si svolgono a Dubai durante i 6 mesi di Expo, per incremento opportunità di *trade*
 - **innovation talks con Italian success stories e b2b relazionali** nel Padiglione Italia, in collaborazione con il Commissariato Italia
 - **incoming di operatori esteri** da area MENASA e dai *main participating countries* per incontri *b2b trade* e sviluppo relazioni economico-commerciali, anche triangolari
 - **comunicazione** istituzionale orizzontale (*brand Italia*) e verticale (settoriale)
- **Settori** focus: energie alternative, infrastrutture e smart building, arredamento; filiera agroalimentare su canali GDO, horeca, ecommerce; nautica; moda e accessori; farmaceutico-sanitario e attrezzature medicali; cybersecurity; attrazione investimenti anche verso start-up

D) Startup innovative

- EAU sempre più importante incubatore (tra gli *unicorn* recenti: il sito di e-commerce **Souq.com**, acquisito da Amazon per 1 mld US\$ e la piattaforma di trasporto **Careem**, acquisita da Uber nel 2019 per 3,1 mld US\$. Un'altra società di e-commerce Noon.com ha ottenuto finanziamenti per 1 mld US\$).
- **Investimenti in Startup - Area MENA (anno 2019)**: n.564 investimenti +31% (su 2018) di cui n.130 in EAU; 704 mln US\$ di investimento da 212 investitori, di cui il 60% (422 mln US\$) in EAU
- **Settori trainanti**: Fintech, E-commerce, Consegne, ICT, Cibo & Bevande (50% del totale)
- **Incubatori/Acceleratori più attivi**: 500Startups, Flat6Labs, Dubai Future Foundation, Hub71, Startupbootcamp

L'attività promozionale speciale di ICE in UAE per le start-up:

- **Fiere dedicate alla tecnologia: GITEX (fiera ICT - nella sezione *Future Stars*) e GISEC (cybersecurity)**
- **Sezione espositiva speciale dedicata alle start-up italiane** nelle fiere **Arab Health, World Future Energy Summit, AIM, Big5, Gulfood**, etc.
- **Global Startup Programme**: per l'incubazione di startup italiane presso strutture dedicate (incubatori/acceleratori) negli EAU
- **Forum** di presentazione ad investitori in Italia e negli EAU, anche nel contesto del **MoU tra i rispettivi Ministeri dello Sviluppo Economico e dell'Economia e in occasione di Expo2020**

E) Per **attrazione investimenti da UAE verso Italia** è attivo il **desk FDI** di ICE Agenzia fdi.dubai@ice.it per:

- Favorire l'**insediamento e lo sviluppo di progetti di aziende straniere** in Italia
- **Supportare** gli investitori emiratini per tutto il **ciclo di vita dell'investimento** (prima assistenza, tutoraggio, accompagnamento, *aftercare*)
- Promuove **opportunità d'investimento**, espressione del potenziale economico italiano con enfasi nei seguenti settori:
 - Manufacturing
 - Life science
 - Real Estate
 - Infrastructure & Logistics
 - Aerospace
 - ICT
 - Venture Capital/Startup Innovative

Data la natura del comparto *investment* del Middle East, Il Desk di Dubai dialoga principalmente con **investitori Private Equity, Venture Capital, Istituzionali ed aziende commerciali** con piani di espansione nel territorio italiano.



www.ice.it

Italian Trade Agency 

@ITAttradeagency 

ITA - Italian Trade Agency 

@itatradeagency 