# Dubai e Medio Oriente: perché portare il proprio business nell'area MENA?

## Descrizione

**MENA** è l'acronimo di **Middle East and North Africa**, ovvero quell'area geografica che comprende ben 21 paesi del Medio Oriente e della parte settentrionale dell'Africa, dall'Iran al Marocco. Spesso associata a situazioni socio-economiche difficili, negli ultimi anni l'area MENA sta invece presentando sempre maggiori segnali di sviluppo e crescita, culminati con la recente organizzazione dell'**Expo Dubai 2020** (dall'1/10/2021 al 31/03/2022), tali da poter essere tenuti in considerazione durante la valutazione di possibili espansioni aziendali.

Le prospettive di crescita di questa regione sono ancora continuative e, nonostante l'impatto globale della pandemia Covid-19, hanno portato i paesi che ne fanno parte sotto i riflettori internazionali: si parla infatti di una **risalita economica** in forte accelerazione, con una stima di **crescita del PIL** del 5.2% nel 2022 e del 4.6% nel 2023.

Altra fonte di probabili sviluppi positivi è data dal **contenimento dell'inflazione**, che ci permette di prevedere una maggiore stabilizzazione delle policy monetarie. Dal punto di vista fiscale, invece, non mancano i benefici dovuti al continuo rafforzamento del *momentum* economico, con un ritorno ai livelli precedenti al periodo di pandemia.

agorapro.eu

A conferma della bontà di queste prospettive, troviamo anche la **Dichiarazione Ministeriale dell'OECD** redatta nel 2021: un documento che testimonia la volontà di impegnarsi in progetti di rilancio dei paesi mediorientali.

Queste sono le premesse che rendono una possibile espansione del proprio business nell'area MENA un'opzione tanto interessante quanto potenzialmente redditizia; in modo particolare, i paesi del **Medio Oriente** sono quelli che meglio si prestano a questo tipo di iniziative, anche e soprattutto per l'affinità con la cultura italiana.

### Italia e Medio Oriente

Dal punto di vista economico e di investimento, il rapporto del Medio Oriente con l'Italia presenta sicuramente solidi punti in comune, che rendono le due regioni un mercato di scambio vantaggioso.

Entrambe le regioni, infatti, fanno parte delle **c.d. Culture Policroniche**, cioè presentano un forte senso di tradizione, valori familiari e retaggio culturale. Inoltre, sono diversi i **settori commerciali** che risvegliano l'interesse dei due paesi: tra questi, ad esempio, il turismo, la moda, il lusso.

Questi punti d'incontro offrono terreno fertile per collaborazioni ed espansioni di successo, come è stato, ad esempio, per i progetti di **joint business** tra Gucci e Investcorp Bahrain, Boscolo Hotel Rome e Al Rayyan Tourism and Investment Company UAE, Inalca e Qatar Holding.

Espandere le attività della propria azienda nel Medio Oriente e **ottenere risultati concreti e proficui è quindi possibile**

. Risulta però necessario farlo nel modo corretto, gestendo al meglio le relazioni interpersonali anche con l'aiuto di un supporto esterno come quello di un **Family Office**: la presenza di un professionista che comprenda le necessità e i valori di entrambe le parti in gioco e che possa creare un clima di fiducia reciproca è, infatti, fondamentale.

Quello delle **macro culture** e delle **trattative commerciali** è un tema sempre attuale e calzante, soprattutto in ottica di **internazionalizzazione d'impresa**.

**Gli Emirati Arabi Uniti (EAU) e Dubai**

Di tutto il Medio Oriente, gli **Emirati Arabi Uniti** rappresentano sicuramente un punto di interesse (e spesso anche di partenza) di particolare rilevanza per quelle aziende italiane che desiderano espandersi all'estero.

Gli **EAU** presentano infatti un'economia aperta e in fase di diversificazione, un alto reddito pro-capite e una sempre minore dipendenza dai movimenti di prezzo del petrolio. Per questi fattori, insieme al ruolo di centri finanziari ricoperto da **Abu Dhabi** e **Dubai**, gli Emirati si caratterizzano quindi come l'area di maggior interesse economico per il Medio Oriente.

Tra i molteplici punti di forza degli Emirati Arabi Uniti, dal punto di vista commerciale troviamo anche le **Free Trade Zone**: si tratta di aree che presentano regolamentazioni ed esenzioni personalizzate, come:

agorapro.eu

- proprietà straniera dell'impresa al 100%;
- completa esenzione della tassazione su import ed export;
- esenzione dall'imposta sulle società fino a 50 anni;
- nessuna imposta sul reddito personale.

In particolare, più di 30 *Free Trade Zone* si trovano nella città di **Dubai**, la quale presenta diversi vantaggi specifici.

Tra questi troviamo:

- diversità culturale e posizione geografica strategica;
- ottima rete di trasporti, sia via aria sia via acqua;
- politiche poco rigide sui visti, soprattutto per professionisti e aziende: (ad esempio, avviare un'attività a Dubai significa ottenere un visto di residenza nel paese);
- grande flusso di investimenti: durante la pandemia Covid-19 sono stati investiti direttamente 6.7 miliardi di dollari, dando la possibilità di creare più di 18.300 posti di lavoro.

Dubai è anche una città che **guarda al futuro**: la **Dubai's Industrial Strategy** punta a creare 43.6 miliardi di dollari di profitto entro il 2030, mettendo in atto 75 iniziative e contribuendo a creare 27.000 posti di lavoro nel settore industriale. Il tutto accompagnato dal fondo del **Dubai Future District**, che ha riservato ben 272 milioni di dollari per sviluppare nuove strutture finanziarie e legislative.

Con queste ampie prospettive e progetti futuri, Dubai e gli EAU (e più in generale il Medio Oriente)

sono quindi un punto di interesse per quelle aziende italiane che hanno intenzione di espandere il proprio business all'estero.

**Conclusioni: internazionalizzarsi con intelligenza**

In conclusione, l'area MENA e, in particolare, Dubai, sono mercati ancora oggi molto interessanti.

Ma vi è una domanda fondamentale che ogni imprenditore deve rivolgere a sé stesso prima di guardare all'estero: **la mia azienda è realmente pronta per fare questo passo?**

Se affermativa, la risposta dovrebbe essere sostenuta da almeno 3 elementi:

aver fatto un'adeguata **analisi di mercato**;
aver valutato la matrice di **attrattività/accessibilità**;
aver predisposto un corretto **business plan**.

Queste poche ma altrettanto fondamentali operazioni permettono di aumentare esponenzialmente il margine di successo dell'iniziativa di **internazionalizzazione** e possono essere eseguite sia internamente, attraverso l'utilizzo delle proprie risorse, sia delegate a terzi, come ad esempio ad un **Multi Family Office**.

La bontà nell'essere supportati da un Multi Family Office magari con **presenza locale** in Dubai, si ritrova nell'indipendenza e nell'oggettività dell'analisi, nella conoscenza del territorio di destinazione (nello specifico Dubai) e nell'accuratezza con cui viene redatto il business plan, tenendo conto sia dei fattori economici che culturali.

agorapro.eu

Alessandro Stival
Family office Consultant e International Advisor

Servizio Agoràpro collegato a questo articolo:
Internazionalizzazione d'impresa

***Per ricevere periodicamente le nostre news nella tua casella e-mail, iscriviti alla newsletter Agoràpro*.**

**Categoria**

Imprese e Società