

DUBAI

Expo, imprese italiane al centro di 1.200 incontri

Expo Dubai spinge il made in Italy. In due mesi, con la regia dell'Ice, sono stati organizzati 1.240 incontri B2B. Poste le premesse per accordi di export e per l'attrazione di investimenti. Sistema Italia in prima fila per intercettare l'interesse della Business community mondiale presente a Dubai. — a pagina 27

Expo Dubai spinge il made in Italy, la regia dell'Ice dietro 1.240 incontri

Esposizione Universale

Ferro: portiamo le imprese italiane, ma anche 400 operatori selezionati

Glisenti: «Il Padiglione Italia contribuisce alla ripartenza, occasione fondamentale»

Giovanna Mancini

In un mondo ancora in larga parte chiuso a causa della pandemia, Dubai e il suo Expo 2020 sembrano un'isola felice in cui (grazie a rigorose misure sanitarie per accedere) i protagonisti della diplomazia, delle istituzioni e del business internazionale possono incontrarsi e tessere relazioni.

Proprio per questo, le attese del "Sistema Italia" per questo grande evento erano molto elevate e i primi due mesi dall'avvio (lo scorso 1 ottobre) hanno confermato o persino superato le attese, assicura il commissario alla partecipazione italiana a Dubai, Paolo Glisenti, citando i numeri del Padiglione Italia, quinto per numero di visitatori in presenza (500mila fino a oggi) e forte di oltre 5 milioni di contatti virtuali da tutto il mondo. «Gli Emirati Arabi Uniti, e Dubai in particolare, si stanno sempre

più collocando come punto di connessione con una vasta area geografica di Paesi – spiega Glisenti –. È un'occasione unica per il nostro Paese, in questa fase di ripresa e anche il Padiglione Italia contribuisce a riportare l'Italia in carreggiata e farla ripartire». Il commissario cita il gran numero di incontri a livello diplomatico e istituzionale che si svolgono all'interno del padiglione, oltre a quelli che le nostre aziende stanno facendo con le controparti emiratine e internazionali. «Le nostre 60 aziende partner hanno dato vita a un progetto in grado di far conoscere al mondo soluzioni innovative e tecnologiche in cui il made in Italy eccelle, dall'agroalimentare all'aerospazio», dice Glisenti. In queste settimane «si sono tenuti molti incontri tra imprese italiane e internazionali, che hanno gettato le premesse per intese e accordi, non solo di export, ma anche di partenariato e attrazione di investimenti».

L'impatto di Expo sulle imprese italiane non si limita all'Esposizione in sé. Molte istituzioni stanno organizzando missioni e attività per intercettare la "business community" internazionale presente a Dubai. A cominciare da Ice, l'Agenzia governativa per l'internazionalizzazione delle imprese, che dal 1° ottobre a oggi ha già accompagnato 392 aziende italiane all'interno di 11 manifestazioni fieristiche: «Abbiamo fatto 34 iniziative e avviato una nuova vetrina online dedicata al made in Italy per gli Emirati, in accordo con Amazon – spiega

il presidente di Ice, Carlo Ferro –. Lavoriamo in due direzioni: portiamo le imprese italiane, ma anche 400 operatori selezionati provenienti da Medio Oriente, Nord Africa e Sud Asia, per farli incontrare con i nostri espositori». In meno di due mesi, sono stati organizzati 1.240 incontri B2B e «c'è grande interesse da entrambe le parti», assicura Ferro, che ricorda il Memorandum of Understanding siglato ieri con l'International Investor Council degli Emirati, un accordo di collaborazione e reciproco supporto tra le due organizzazioni per facilitare l'interscambio bilaterale. Interscambio che è cresciuto nei primi nove mesi di quest'anno, con esportazioni italiane verso gli Emirati in aumento del 6% rispetto allo stesso periodo del 2019, in linea con l'incremento complessivo dell'export italiano nel mondo nel periodo considerato (+5,8%).

Tra le istituzioni che si sono attivate per favorire la partecipazione di aziende italiane a Dubai, c'è anche Promos Italia, l'agenzia di internazionalizzazione delle Camere di commercio, che finora ha portato a Dubai 71 aziende, altre 15 se ne aggiungeranno a dicembre e circa 80 nei primi tre mesi del 2022, sino alla conclusione di Expo il 31 marzo). Le attività sono state realizzate in collaborazione con altre istituzioni tra cui Ice, Sistema camerale e Regione Lombardia. «Saranno coinvolti tutti i settori di eccellenza del made in Italy – spiega il presidente Giovanni da Pozzo –: food, arredo-design, nautica, cosmetica e

packaging per cosmetica, abbigliamento e green economy. Inoltre nelle scorse settimane abbiamo siglato un accordo di intenti con la Dubai Chamber of Commerce and Industry, per rafforzare la presenza delle nostre

aziende in quest'area strategica».

Anche Confindustria, presente ieri e oggi a Dubai con la vicepresidente Barbara Beltrame, ha firmato un Memorandum of Understanding con Gmol (Global Manufactu-

ring Organisation) per una serie di attività in sinergia, con l'obiettivo di portare in Italia, nel 2023, il Global Manufacturing and Industrialisation Summit che in questi giorni si svolge proprio a Dubai.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



GIOVANI ARTISTI PER DUBAI

«La musica lirica è la massima espressione italiana ed è apprezzatissima in tutto il mondo», ha detto Diana Bracco, presidente e ceo del gruppo

della farmaceutica, che ha sponsorizzato il concerto dei giovani solisti e dell'orchestra dell'Accademia del Teatro alla Scala, tenutosi ieri sera a Dubai per il National Day dell'Italia



PROMOS ITALIA
L'agenzia delle **Camere di commercio** per l'internazionalizzazione ha portato fino ad ora a Dubai **71 aziende**

La giornata del made in Italy.

I numeri del Padiglione Italia registrano il primo successo della missione italiana a Dubai: 500mila visitatori in presenza fino a oggi e oltre 5 milioni di contatti virtuali da tutto il mondo

CONFINDUSTRIA
Barbara Beltrame firma una intesa in vista del **Global manufacturing and Industrialisation Summit 2023**