

Modello per la redazione della Relazione illustrativa delle finalità generali dell'azione camerale della Camera di Commercio Italiana negli Emirati Arabi Uniti per il 2021

Comunicata al ministero il: 01-02-2021 08:02:03

1. Finalità generali azione camerale:

Realtà economica degli Emirati Arabi Uniti

Gli Emirati Arabi Uniti (EAU) sono uno Stato federale composto da sette Emirati (Dubai, Abu Dhabi, Sharjah, Ajman, Fujairah, Ras Al-Khaimah ed Umm Al-Qaywayn. Dalla scoperta delle risorse petrolifere, avvenute nel 1958, gli EAU hanno subito una profonda trasformazione, passando da essere una regione impoverita nel deserto, ad uno Stato moderno che garantisce alti standard di vita. Grazie alla loro posizione geografica, infatti, che li vede centrali rispetto ai flussi commerciali tra Asia, Europa ed Africa Il paese è diventato il principale hub logistico e commerciale della regione - dove più della metà delle merci che entrano nel paese vengono esportate verso altri mercati, per un valore nel 2019 di 145 miliardi di dollari. Grazie alle suddette abbondanti riserve di combustibile fossile (che da sole rappresentano il 35% del Prodotto Interno Lordo del Paese, il 94% del quale detenuto dalla capital Abu Dhabi), gli EAU possono vantare uno dei PIL pro-capite più alto del mondo (nel 2017 e' stato pari a \$67.700, 13esima posizione nella classifica mondiale). Nel 2016, il Governo federale ha però' deliberato la volontà' di diversificare l'economia dalle incidenze delle rendite petrolifere avviando un processo di diversificazione economica *post-oil*, che riguarda soprattutto l'emirato di Abu Dhabi, primo tra i sette della federazione per giacimenti ed estrazione petrolifera. Grazie alle politiche attuate in tale Direzione, le rendite petrolifere hanno ridotto la loro incidenza sul PIL, passando dal 60% (1980) all'attuale 30%, con l'obiettivo di assottigliarsi ulteriormente negli anni. Durante la pandemia Covid-19, gli Emirati hanno subito un duro colpo per il crollo della domanda e dei prezzi del greggio e l'industria petrolifera è stata messa sotto pressione, insieme alle entrate pubbliche che dipendono (al 50%) dai proventi della vendita degli idrocarburi.

La diversificazione economica attuata nel Paese dal 2016 in settori non oil, avrebbe dovuto compensare i mancati introiti dal petrolio, ma tutti i settori fortemente dipendenti dalla mobilità delle persone (commercio, trasporto aereo, immobiliare e turismo) sono stati investiti direttamente dalle misure di contenimento della pandemia tramite la sospensione dei voli, chiusura dei confini e lockdown.

Con la mobilità, gli eventi e il turismo necessariamente in stand-by, il percorso di consolidamento *post-oil* degli Eau procede grazie dall'industrializzazione. L'industria della difesa, l'energia nucleare e aerospaziale rappresentano tre asset del processo di evoluzione economica della federazione.

Nonostante la crisi legata al Covid-19 abbia colpito i pilastri portanti dell'economia degli Emirati, il governo ha fornito fin da subito un concreto sostegno alle imprese con l'attivazione di fondi pari a 77 miliardi di dollari, grazie alle ingenti riserve valutarie accumulate negli anni. Nel 2020 il PIL ha subito una contrazione del -3,5% ma si prospetta che dal 2021 l'attività economica ritorni a livelli molto vicini a quelli pre-crisi e che si raggiunga un tasso di crescita del PIL del 4,1% grazie all'implementazione di piani di diversificazione economica che potenzieranno tutti i settori non-oil. Il 5 luglio 2020, Mohammed bin Rashid Al Makhtum, primo ministro emiratino, vice presidente degli Eau ed emiro di Dubai ha apportato un grosso cambiamento

nel governo federale. Ha voluto formare un esecutivo più agile e veloce per poter affrontare le sfide economico-sociali causate da Covid-19, individuando come principali aree di intervento i settori: salute, educazione, economia, sicurezza alimentare, società e governo. Il governo inaugurato nel luglio scorso avrà un anno per centrare gli obiettivi prefissati, poiché i “cambiamenti costanti” saranno all’ordine del giorno finché gli EAU non raggiungeranno “il miglior modello di governo per la nuova era”. In particolare La capacità di innovazione di tutti i settori non oil, sarà al centro dell’EXPO2021 Dubai, con l’obiettivo di contrastare le sfide globali. Sarà la prima manifestazione universale dopo l’emergenza sanitaria e la crisi economica mondiale legate alla pandemia *del Covid-19* e costituirà la migliore piattaforma per costruire, un futuro migliore per gli EAU e consolidare il loro ruolo economico e geopolitico.

Principali indicatori economici degli EAU

	2017	2018	2019	2020	2021
PIL prezzi correnti (miliardi US\$)	382.575	432.612	455.587	353.9	373.15
Crescita reale del PIL (%)	0.8	3.3	3.7	-6.6	1.3
Inflazione (% prezzi al consumo)	1.967	3.525	1.944	-1.5	1.5

Fonte: IMF – World Economic Outlook

Rapporti Bilaterali EAU – Italia

I dati ISTAT dell’interscambio fra Italia ed Emirati Arabi Uniti relativi ai primi nove mesi del 2020 segnalano una flessione delle nostre esportazioni (-16% rispetto allo stesso periodo del 2019), dopo che già nell’anno precedente erano scese dell’16.18%. Il totale delle esportazioni nel 2019 e’ stato di 3.258 miliardi di euro contro i 2.731 del 2020. Le importazioni di prodotti emiratini registrano invece una più marcata riduzione (-21%) tra il 2018 e il 2019 e ammontano a 0,9 miliardi di Euro. Ciò ha permesso il consolidamento del nostro surplus commerciale che è passato da 3,4 miliardi del 2018 a 3,7 miliardi del 2019 (+8,8%). Un’analisi del nostro export per il periodo 2019-2020 conferma il buon andamento della categoria “Prodotti farmaceutici di base e preparati farmaceutici” (+12%) e “Articoli in gomma e materie plastiche” (+7,5%). Il settore “Agroalimentare” è sceso a (-11%) nel 2020, insieme a quello della gioielleria (-43%), “Bevande, alcolici e aceti”(-42%), “Prodotti cosmetici profumi e detergenti”(-24%), “Tessili e abbigliamento” (-23%). I settori che hanno percepito meno questa crisi sono stati “macchinari e apparecchiature” e “metalli e lavorati in metallo” che si presentano rispettivamente con (-1,9%) e (-9,6%).

I settori Agroalimentare, Gioielleria e Macchinari rimangono comunque i settori con un maggior volume di esportazione.

Elaborazione dati Istat a cura della IICUAE

Finalità generali azione camerale:

La strategia operativa della Camera si concentrerà su 5 filoni principali:

- 1) Supporto alle medie e piccole imprese che vogliono affacciarsi sul mercato degli EAU
- 2) Supporto alle imprese italiane operanti negli EAU
- 3) Partecipazione alle attività promosse da Assocamerestero
- 4) Relazioni con gli Enti e Associazioni imprenditoriali
- 5) Relazioni istituzionali

- 1) Supporto alle medie e piccole imprese che vogliono affacciarsi sul mercato degli EAU

I servizi camerali più avanti riportati in dettaglio, continuano ad essere appetibili dalle PMI italiane, sia per i costi abbordabili che per la metodologia che viene applicata, chiara e di facile comprensione. A seguito della Pandemia, il CdA ha valutato di facilitare le imprese italiane offrendo uno sconto del 30% sui costi proposti in precedenza. Seppur la metodologia di base per l'organizzazione di Missioni B2B è rimasta identica, la parte relativa agli incontri B2B (con o senza rappresentante camerale) è stata modificata da incontri di persona a incontri via Web, sempre con l'assistenza del Team camerale. Stessa metodologia e stessi costi sono proposti anche per il 2021.

- 2) Supporto alle imprese italiane operanti negli EAU

Prosegue anche nel 2021 l'attenzione della Camera verso le imprese italiane operanti negli EAU e, in particolar modo, per quelle di recente approdo sul mercato. La Camera ha costituito da tre anni il CLUB ITALIA ovvero la promozione sul sito e sui social camerali delle imprese italiane operanti negli EAU. Particolare attenzione viene riservata ai ristoranti italiani grazie anche all'attività di certificazione Ospitalità Italiana. Anche questo tipo di attività verrà riportata più avanti nel dettaglio ma, a titolo esemplificativo, possiamo citare la realizzazione di Seminari Tecnici per ora via Web, serate a tema, Networking come gli Aperitivi Italiani, che sono iniziative particolarmente utili per allacciare rapporti di business.

- 3) Partecipazione alle attività promosse da Assocamerestero

I rappresentanti della Camera parteciperanno anche nel 2021 a tutte le attività associative promosse da Assocamere in qualsiasi forma verranno attuate.

- 4) Relazioni con gli Enti e Associazioni imprenditoriali

Continuano le relazioni con Regioni, Agenzie speciali, Camere di Commercio, anche se con quest'ultime si sono ridotte di molto le collaborazioni per via delle modifiche legislative, che hanno ridotto il campo delle attività. Ci si augura di riprendere alcune attività previste nel 2020 e ovviamente annullate, con Confindustria, Confartigianato e CNA.

5) Relazioni istituzionali

Immutata nel 2021 la volontà della Camera alla collaborazione con il Sistema Italia in loco e con i vari Ministeri. Con il rinnovamento scaturito dall'Assemblea Generale del 13 dicembre 2020, la Camera ha la possibilità di migliorare le proprie performance, in particolare concentrando l'attenzione al soddisfacimento delle necessità delle imprese italiane operanti negli EAU. L'inserimento di nuove imprese all'interno del CdA, della figura tecnica del Tesoriere, nonché la realizzazione di Gruppi di lavoro con la partecipazione di imprese esterne al CdA, sono indicazioni scaturite dall'Ambasciata Italiana che la Camera ha fatto proprie. Di conseguenza dovrebbe portare come risultato il miglioramento delle relazioni istituzionali.

Il SG sarà sempre disponibile come in passato, chiamato dal MiSE a far parte della Commissione intergovernativa Italia-EAU, quale portatore delle esigenze delle imprese italiane sul territorio nei confronti degli interlocutori governativi emiratini.

Valutazioni sui settori merceologici negli EAU:

La Camera, grazie alla sua esperienza di attività ventennale di accompagnamento delle imprese italiane sul mercato, è sempre attenta ai settori merceologici appetibili dagli operatori locali. Il fine ultimo di queste valutazioni è quello di poter selezionare le aziende nel modo più efficiente ed offrire un servizio più accurato e compatibile con le effettive richieste di mercato.

A riguardo, la Camera stila periodicamente un documento informativo con i consigli sui diversi settori merceologici:

SETTORI DA PRENDERE IN CONSIDERAZIONE

Macchinari e Strumentazioni: Nel 2019 si è avuta una sostanziale tenuta delle esportazioni, rispetto al 2018. Il settore industriale continua ad avere un appeal presso gli operatori locali. La ovvia tendenza all'investimento sullo sviluppo del tessuto industriale locale, fa sì che questi siano anni decisivi per l'industria italiana, di cui questo settore fra i leader mondiali. Entrare nei cicli produttivi fa sì che per numerosi anni l'impresa italiana si collochi stabilmente sul Mercato.

Agroalimentare: Sono oltre 200 i ristoranti italiani, di cui circa 60 certificati dalla Camera con il progetto Ospitalità Italiana. Non parliamo quindi di Italian sound. Sono oltre 244 i distributori con cui la Camera opera regolarmente, di cui una trentina specializzati in distribuzione di prodotti italiani. Se alcuni settori sono quasi saturi (caffè e olio per esempio), altri segmenti sono molto richiesti (quarta gamma, frutta, formaggi e food di qualità).

Sistema Casa: Nonostante la contrazione del mercato, l'industria delle costruzioni è molto attiva e continua a sfornare nuovi progetti. Tutto ciò che riguarda la costruzione (esclusa la parte edile vera e propria), può trovare Mercato, dal settore MEP (Mechanical, Electrical, Plumbing) agli arredamenti e accessori per interni.

Oil & Gas: Seppur il peso sul PIL emiratino si è ridotto in termini percentuali negli ultimi anni, è sempre un settore vitale per gli EAU, anche alla luce degli ultimi importanti giacimenti scoperti. Le imprese italiane del settore, sono ben volute e competitive, anche se spesso devono pagare il prezzo della dimensione ridotta.

Ambiente-Riciclo Rifiuti: Grandi spazi si aprono in questo settore, stante che gli EAU non hanno ancora definito la raccolta differenziata. Solo ora si stanno muovendo i primi passi, per cui ci sono le condizioni per

inserirsi ora sul mercato. Il successo ottenuto nel 2019 da aziende del settore accompagnate dalla Camera, indica che il momento è corretto. Necessita comunque un approccio con un budget pluriennale e questo limita l'accesso alle piccole imprese.

SETTORI DI INTERESSE INTERMEDIO

Fashion: Settore concentrato sui grandi marchi e su un numero ristretto di importanti buyer. Differente valutazione sull'approccio al mercato da parte di singole imprese del settore o da un numero di imprese che valorizzi le differenti tipologie produttive e offra conseguentemente una gamma sufficiente di proposte da essere attrattive per i distributori locali.

Il numero dei negozi plurimarca si restringe sempre più (fenomeno mondiale). Grazie ai grandi marchi, il settore è fra quelli che meno hanno sentito la crisi esportativa.

Tuttavia contando sulla ripresa post-Pandemia e con l'arrivo di EXPO Dubai, il mercato del settore si espanderà ulteriormente e si andrà a creare uno spazio anche per le imprese No Brand, ma che hanno un buon stilismo e una buona qualità qualità-prezzo. caratteristiche tipiche delle PMI italiane, molto spesso sub-fornitrici dei grandi marchi. La difficoltà di approvvigionamento da parte dei distributori dei Paesi del Golfo si è fatto sentire pesantemente in questo periodo, che al di là della contrazione del mercato mancando il turismo (specie per Dubai e meno per i Paesi del Golfo), proprio per le difficoltà produttive delle imprese italiane.

I grandi marchi lavorano esclusivamente sul programmato, proprio per le loro dimensioni strutturali, mentre le PMI (seppur No Brand) hanno una elasticità produttiva che permette loro di produrre sul Pronto e garantire un approvvigionamento più semplice ai distributori locali.

La Camera ha realizzato un progetto proprio per promuovere le PMI in tutti i Paesi del Golfo (escluso Qatar), così che possano presentarsi in un numero interessante agli operatori locali che possono trovare un'ampia varietà di prodotti e accessori del Sistema Fashion.

Resta invece non promuovibile una impresa singola del settore che andrebbe incontro a costi elevati a fronte di ipotesi di difficile penetrazione del mercato.

Gioielleria: Le valutazioni si possono equiparare indicativamente a quelle del settore Fashion L'export della gioielleria negli EAU è passato in 4 anni da 1.2 miliardi di euro ai 620 milioni del 2019. Tuttavia continua ad essere la prima voce esportativa italiana negli EAU, in cui i grandi marchi recitano una parte importante. Visti grandi numeri esportativi, nel settore è più facile trovare spazio per le PMI No-Brand. Ad esempio, a differenza del settore Fashion, esistono ben 5 appuntamenti fieristici dedicati al settore negli EAU. Da mettere in evidenza la Fiera Watch & Jewellery Show di Sharjah, che vede la presenza di 35/40 piccole imprese italiane due volte all'anno, aprile e ottobre. Oltre a distributori e negozianti, è rilevante la presenza di acquirenti privati locali, che con il forte potere di acquisto, generalmente permette di ricoprire i costi di partecipazione. Da segnalare che la Fiera di Sharjah di novembre è stata realizzata con stand e visitatori di persona.

Comunque la presentazioni di numerosi marchi, puo' essere di grande interesse anche per negozianti e distributori dei Paesi del Golfo, tanto più' in questo periodo in cui e' molto difficile lo spostamento delle persone. Significa quindi che per gli operatori del settore di quei Paesi, da circa un anno non hanno potuto muoversi e certamente non hanno potuto partecipare a Fiere settoriali in tutto il mondo

SETTORI DIFFICILI DA APPROCCIARE

Arredamento classico: E' stato uno dei punti di forza e si e' moto evoluto il gusto dei compratori. Ovvero si e' passata da un gusto tipicamente arabo ad una preferenza del moderno e quanto piu' tecnologicamente avanzato. Per cui i produttori di arredamento classico, peggio ancora, del su misura sono stati fortemente sconsigliati.

Vino e Alcolici in genere: Il mercato e' interessante (ci sono circa 10.000 locali con licenza alcolica solo a Dubai), ma essendoci pochi distributori negli EAU e solo due in Dubai, l'accesso e' molto difficile singolarmente. Tuttavia potersi presentare anche ai distributori dei Paesi del Golfo grazie al progetto Made in Italy in the Gulf Countries, puo' dare maggiori possibilita' di introduzione sul mercato.

Il Su Misura: Una volta componente importante dell'italianita' nel mondo, in tutti i settori difficilmente possono riuscire nell'intento di trovare spazi di Mercato. Parliamo di abbigliamento, scarpe, accessori moda, mobile, cucine ecc. Per quest'ultimi due settori si possono salvare I produttori di alto livello qualitativo o coloro che sono in grado di servire i contractor, ovvero coloro con cui non possono competere I concorrenti locali.

La Camera intende invece focalizzarsi sul perseguimento delle esportazioni nelle seguenti aree:

ALCUNE VALUTAZIONI "ORIZZONTALI"

Non e' ovviamente possibile poter a priori stilare un elenco Bonus-Malus di settori e sotto-settori, tuttavia collegandosi a quanto precedentemente esposto, ci sono alcune regole di base di cui tener conto. Queste riflessioni ulteriori valgono per prodotti e servizi.

- 1) L'impresa dovrebbe avere prodotti innovativi e tecnologicamente avanzati.
- 2) Se "tradizionali" avere una forte competitivita' non solo sul prezzo, ma anche sul packaging
- 3) Disponibilita' a valutare forme di pagamento elastiche tenendo sempre conto di almeno un 30/50% in anticipo. Ovviamente e' una questione di rapporti di forza, per cui se l'impresa e' particolarmente appetibile puo' dettare essa le regole.
- 4) Essere flessibili sul minimo ordine, in relazione ovviamente alle caratteristiche del prodotto.
- 5) Capacita' di preparare business plan anche di medio periodo accurati e quindi in grado di essere eseguiti. Questo vale per imprese di media-grande dimensione che vogliono affrontare con convinzione il mercato. Ovviamente per chi ha prodotti finiti e' sufficiente preparare un semplice budget mettendo in conto almeno un viaggio supplementare per concludere accordi di distribuzione.

6) Per società di servizi (da IT a studi di ingegneria, architetti ecc), salvo rari casi proponiamo di cercare un partner operativo a cui apportare la expertise italiana. I passaggi successi in merito ai rapporti fra la società locale e quella italiana avvengono per gradi e senza nessuna implicazione formale.

2. Descrizione delle azioni:

Nome Iniziativa (4966): Italian Food&Beverage in Dubai

Periodo svolgimento: da Sab, 05/01/2021 a Ven, 12/31/2021

Luogo di svolgimento: Dubai

Descrizione:

La Camera ripropone l'attenzione ad uno dei settori trainanti negli EAU come l'Agro-Alimentare.

La Camera vanta un rapporto consolidato con i distributori emiratini e i ristoranti italiani, grazie alle numerose missioni B2B organizzate per gli imprenditori italiani e al Progetto Ospitalità Italiana che continua nel 2021. Il progetto Italian Food & Beverage in Dubai è iniziato nel giugno 2020 con l'ideazione di un nuovo format che permette alle imprese di avere una promozione mirata ed approfondita presso gli operatori locali per 3 mesi, prima di partecipare all'evento fieristico Speciality Food. La Camera ha elaborato il progetto per il settore Agro-Alimentare e la società di marketing Seeyou ha il compito di promuoverlo presso le imprese italiane, a cui invia la lettera della Camera di presentazione del progetto. La ricerca delle imprese italiane, 42 in totale, si è svolta in collaborazione con la società di marketing italiana SEEYOU, che conta sulla esperienza sviluppata negli anni nel settore. Successivamente all'interesse dimostrato, invia la documentazione camerale relativa (metodologia, costi, tempistica ecc.). Le imprese italiane interessate a partecipare al progetto vengono poi selezionate dalla Camera che ne valuta le caratteristiche prodotto/packaging/website. A quelle che passano la selezione, viene assegnato un manager della Camera, che inizia la formazione via Zoom sulle caratteristiche tecniche di ciascuna azienda. Sono state assegnate 10 imprese per ogni manager camerale (per due sono 11 le imprese assegnate), che hanno il compito di promuovere le imprese presso gli operatori emiratini, potendo presentare l'impresa italiana con un sufficiente bagaglio di conoscenze della stessa. Subito dopo si passa il contatto del distributore emiratino, direttamente all'impresa italiana oggetto di interesse. La promozione era finalizzata alla partecipazione delle aziende alla Fiera Speciality Food che si sarebbe dovuta tenere nel novembre 2020, poi rimandata al 25/28 novembre 2021. La Camera, da settembre a novembre 2021, continuerà a supportare le 42 imprese italiane aderenti nel 2020 e le nuove selezionate nel 2021.

Il progetto si svolgerà secondo le seguenti azioni:

- La Camera realizzerà un catalogo digitale diviso per settori e sotto settori merceologici (es. produttori di Olio, produttori pomodori ecc) di facile consultazione. Segue la presentazione delle imprese partecipanti al progetto attraverso il catalogo digitale spedito agli operatori emiratini del settore presenti nel database camerale, quali distributori specializzati, ristoratori, food & beverage manager ecc. Nella presentazione verrà dettagliata anche la piantina dell'Area espositiva denominata Area Italia a disposizione delle imprese italiane partecipanti al progetto. Questo faciliterà gli operatori emiratini nel rintracciare le imprese italiane all'interno del Padiglione fieristico. Periodo: da 1 settembre a 28 novembre 2021.

- Attività di dettagliato recall telefonico a tutti gli operatori emiratini per verificare il grado di interesse alle imprese italiane presenti sul catalogo, e per invitarli a visitare le imprese durante i giorni della Fiera.

Periodo: da settembre a novembre 2021.

- Alle imprese partecipanti verrà data l'assistenza completa per il trasporto dei prodotti da esporre in Fiera. È stata realizzata una convenzione a prezzi agevolati con uno dei migliori spedizionieri italiani operanti negli EAU e specializzato nella spedizione di prodotti agro-alimentari (circa 25 tonnellate a settimana dall'Italia agli EAU). Periodo: 15-30 Ottobre 2021

- La Camera prenoterà uno spazio collettivo a Speciality Food Dubai, una delle più qualificate Fiere Internazionali del settore organizzata da Gulf Food nel Medio Oriente. La concomitanza con i padiglioni dedicati ai macchinari dedicati all'Agro-Alimentare e alla ristorazione, agevola la partecipazione di numerosissimi operatori provenienti da altri paesi, in particolare dall'Area GCC. Periodo: 25-28 novembre 2021

- La partecipazione fieristica nell'Area Italia organizzata dalla Camera, prevede la realizzazione di Stand individuali di 6mq e una presenza con solo Desk per 6 imprese in uno stand. Gli stand collettivi verranno presidiati dai manager della Camera, che ben conoscono le imprese promosse da settembre fino all'inizio della Fiera. Su richiesta vengono selezionati e messi a disposizione interpreti italiano/inglese/arabo. Periodo: 25-28 novembre 2021

- Dal termine della Fiera, le aziende partecipanti al progetto saranno assistite per la parte riguardante il follow up, sia con gli operatori che avranno visitato la Fiera, sia con quelli visitati o contattati nel periodo pre-Fiera. Periodo: 29 novembre - 31 gennaio 2022.

- Verrà richiesta alle aziende partecipanti al progetto la compilazione dei questionari camerali.

Settore attività economica:

DA - Alimentare > DA15 - Industrie alimentari e delle bevande

Operatori italiani (stima): 72

Operatori esteri (stima): 355

Partners:

SEYOU Marketing, Representative camerali

Nome Iniziativa (4967): Made in Italy in the Gulf Countries

Periodo svolgimento: da Lun, 01/04/2021 a Ven, 12/31/2021

Luogo di svolgimento: Paesi del Golfo escluso Qatar

Descrizione:

La pandemia ha introdotto cambiamenti epocali nelle abitudini delle persone e anche nello sviluppo del business. Le difficoltà di spostamento e la conseguente obbligatorietà ad utilizzare strumenti web, hanno accelerato la tendenza anche per il settore B2B ed è un trend destinato a crescere anche nel periodo post-covid.

La Camera di Commercio italiana negli EAU, sempre all'avanguardia nel ricercare opportunità innovative a favore delle aziende, ha dato così inizio al nuovo progetto Made in Italy in the Gulf Countries.

Si tratta di un progetto leader nel settore Web- B2B creato per far fronte all'esigenza ormai sempre più comune dell'utilizzazione di strumenti online per sviluppare il business aziendale.

Il progetto è iniziato nel maggio 2020 con l'elaborazione del progetto nel suo complesso da parte della Camera e iniziato concretamente nel settembre 2020 con la selezione delle imprese italiane, 232 in totale, in collaborazione con la società di marketing italiana SEEYOU, che conta sulla esperienza sviluppata negli anni nel settore. La società di marketing ha avuto il compito di inviare alle imprese italiane la mail della Camera con la presentazione del progetto. A quelle interessate è stata spedita la documentazione in cui viene dettagliatamente spiegata la metodologia, i costi, le tempistiche ecc. Le imprese italiane interessate a partecipare al progetto, vengono selezionate dalla Camera che ne valuta le caratteristiche prodotto/packaging/web. A quelle che passano la selezione, viene assegnato un manager della Camera, che inizia la formazione via Zoom sulle caratteristiche tecniche di ciascuna azienda. Ogni manager camerale ha il compito di promuovere le aziende presso gli operatori dei Paesi del Golfo, (Qatar escluso) attraverso la creazione di un portale online dove le aziende sono state inserite. Il portale è suddiviso in categorie e sottocategorie, nello specifico architettura, edilizia, agro-alimentare.

Nel portale ogni azienda ha a disposizione un ampio spazio per promuoversi come una pagina dedicata con descrizione, video, brochure, fotografie e contatti. Il contatto degli operatori dei Paesi del Golfo (Qatar escluso) interessati alle aziende, laddove contattasse la Camera invece che l'impresa stessa, verrà inviato direttamente all'impresa italiana oggetto di interesse.

A fronte del successo riscontrato nelle adesioni al progetto Made in Italy in the Gulf Countries, la Camera, in collaborazione con la società di marketing SEEYOU, replicherà il progetto anche per l'anno 2022, iniziando a selezionare nuove aziende a partire dal mese di settembre fino a dicembre 2021. La selezione avverrà con le stesse modalità precedenti.

Il Progetto 2021 comprende:

- Piattaforma B2B "Digital Export"
- Manager interni della Camera per la promozione commerciale nei Paesi del Golfo (Qatar escluso)
- Ufficio di Rappresentanza a Dubai

Il progetto camerale continuerà il suo svolgimento con le seguenti azioni:

- Promozione della piattaforma online B2B digital export ai vari database della Camera. La promozione verrà effettuata attraverso una dettagliata attività di mailing i cui operatori saranno selezionati in base all'appartenenza ai settori merceologici, a cui seguiranno recall telefonici. Periodo: da gennaio 2021 a dicembre 2021.
- Promozione della piattaforma sui social network della Camera e suoi canali di comunicazione. La strategia di comunicazione marketing è pianificata e realizzata in collaborazione con la società di digital marketing Dracteam, esperta nel settore e già punto di riferimento della Camera per la gestione dei social media e sito web. La promozione sarà effettuata attraverso pubblicazione di post con descrizione e link della piattaforma e relativo tracciamento del traffico dati. Periodo: da gennaio 2021 a dicembre 2021.

- Invio alle aziende del Report mensile con le attività svolte e gli analytics. Periodo: da gennaio 2021 a dicembre 2021.
- Follow up con gli operatori interessati. Periodo: da gennaio 2021 a dicembre 2021.
- Verrà richiesta alle aziende partecipanti al progetto la compilazione dei questionari camerale.
- Da segnalare che saranno inserite anche le 42 imprese del settore Food del progetto Italian Food & Beverage in Dubai, che hanno visto il progetto a loro dedicato, slittato di un anno.

Settore attività economica:

Z - Plurisetoriale

Operatori italiani (stima): 274

Operatori esteri (stima): 2500

Partners:

Camere di Commercio Italiane, SEEYOU Marketing per Area Italia e Dracteam per Paesi del Golfo

Nome Iniziativa (4968): Italian Fashion, Jewellery and Beauty in the Gulf Countries

Periodo svolgimento: da Ven, 01/15/2021 a Ven, 12/31/2021

Luogo di svolgimento: Paesi del Golfo escluso Qatar

Descrizione:

La pandemia ha introdotto cambiamenti epocali nelle abitudini delle persone e anche nello sviluppo del business. Le difficoltà di spostamento e la conseguente obbligatorietà ad utilizzare strumenti web, hanno accelerato anche la tendenza per il settore B2B ed è un trend destinato a crescere anche nel periodo post-covid.

La Camera di Commercio italiana negli EAU, sempre all'avanguardia nel ricercare opportunità innovative a favore delle aziende, ha realizzato un nuovo progetto Italian Fashion, Jewellery and Beauty in the Gulf Countries. Questo si basa sulla struttura progettuale del Made in Italy in the Gulf Country, promuovendo settori non toccati dallo stesso, che tuttavia rappresentano tre pilastri delle esportazioni italiane nei Paesi del Golfo e in particolare negli EAU.

Il progetto inizia a gennaio con l'elaborazione del progetto nel suo complesso da parte della Camera e inizia concretamente il 15 gennaio 2021. La società di marketing avrà il compito di inviare alle imprese italiane la mail della Camera con la presentazione del progetto. A quelle interessate è stata spedita la documentazione in cui viene dettagliatamente spiegata la metodologia, i costi, le tempistiche ecc. Le imprese italiane interessate a partecipare al progetto, vengono selezionate dalla Camera che ne valuta le caratteristiche prodotto/packaging/web. A quelle che passano la selezione, viene assegnato un manager della Camera, che inizia la formazione via Zoom sulle caratteristiche tecniche di ciascuna azienda. Ogni manager camerale ha il compito di promuovere le aziende presso gli operatori dei Paesi del Golfo, (Qatar escluso) attraverso la creazione di un portale online dove le aziende sono state inserite. Il portale è suddiviso in categorie e sottocategorie, nello specifico Fashion, Gioielleria e Beauty.

Nel portale ogni azienda ha a disposizione un ampio spazio per promuoversi come una pagina dedicata con descrizione, video, brochure, fotografie e contatti. Il contatto degli operatori dei Paesi del Golfo (Qatar

escluso) interessati alle aziende, laddove contattasse la Camera invece che l'impresa stessa, verra' inviato direttamente all'impresa italiana oggetto di interesse.

Il Progetto comprende:

- Piattaforma B2B "Digital Export"
- Manager interni della Camera per la promozione commerciale in loco
- Ufficio di Rappresentanza a Dubai

Il progetto sara' svolto dalla Camera secondo le seguenti azioni:

1. Realizzazione di materiale promozionale per promuovere il progetto in Italia. Realizzazione di una circolare esplicativa con la presentazione delle relative metodologie e costi. Realizzazione di apposito sito web collegato al sito camerale e di una brochure informativa. Periodo: gennaio 2021.
2. Invio della circolare alle Camere di Commercio italiane. Invio della stessa circolare alle imprese italiane del settore a carico della SEEYOU societa' di marketing partner dell'iniziativa. Periodo: da gennaio 2021 a marzo 2021.
3. Raccolta delle adesioni delle aziende italiane. Selezione da parte della Camera delle aziende partecipanti al progetto, per verificare la potenzialita' dei prodotti italiani rispetto al Mercato dei Paesi del Golfo. Periodo: da gennaio 2021 ad aprile 2021.
4. Zoom call sulle caratteristiche tecniche di ciascuna azienda con il team camerale che fungera' da manager per la promozione commerciale. Periodo: da fine gennaio 2021 a fine marzo 2021.
5. Promozione della piattaforma online B2B digital export ai vari database della Camera nel settore. La promozione verra' effettuata attraverso una dettagliata attivita' di mailing a cui seguiranno recall telefonici nei casi. Periodo: da aprile 2021 a dicembre 2021.
6. Promozione della piattaforma sui social network della Camera e suoi canali di comunicazione. La strategia di comunicazione marketing e' pianificata e realizzata in collaborazione con la societa' di digital marketing Dracteam, esperta nel settore e gia' punto di riferimento della Camera per la gestione dei social media e sito web. La promozione sara' effettuata attraverso pubblicazione di post con descrizione e link della piattaforma e relativo tracciamento del traffico dati. Periodo: da aprile 2021 a dicembre 2021.
7. Invio alle aziende del Report mensile con le attivita' svolte e gli analytics. Periodo: da aprile 2021 a dicembre 2021.
8. Follow up con gli operatori locali interessati. Periodo: da aprile 2021 a dicembre 2021.
9. Verra' richiesta alle aziende partecipanti al progetto la compilazione dei questionari camerale.

Settore attività economica:

Z - Plurisetoriale

Operatori italiani (stima): 250

Operatori esteri (stima): 2500

Partners:

Nome Iniziativa (4969): Gulf International Congress 2021

Periodo svolgimento: da Lun, 02/01/2021 a Mar, 11/30/2021

Luogo di svolgimento: Dubai

Descrizione:

Per l'ottavo anno consecutivo, la Camera organizzerà il Gulf International Congress (GIC), per il quale verranno chiesti, anche per questa edizione, gli Auspici dell'Ambasciata Italiana negli Emirati Arabi Uniti. I lavori delle due giornate si svolgono sempre con il Patrocinio degli Ordini degli Avvocati e Commercialisti, i cui Presidenti portano regolarmente il loro saluto introduttivo. Dopo l'edizione 2020, tenutasi da remoto via zoom, alla quale hanno preso parte 103 professionisti, la Camera ripropone il Convegno dedicato ai professionisti operanti nel campo della consulenza legale e fiscale. Durante le due giornate di convegno, ai suddetti professionisti saranno fornite le basi per approcciare il mercato emiratino da un punto di vista legislativo, fiscale e commerciale.

I professionisti saranno contattati tramite divulgazione del Congresso da parte degli Ordini Professionali Provinciali, al fine di individuare gli studi professionali e i singoli professionisti che possiedono le caratteristiche per ricoprire il ruolo di Italian Representative. In concomitanza verrà effettuata la ricerca dei partecipanti dalla società di marketing SEEYOU, che vanta una grande esperienza in questo progetto.

Come ogni anno, il GIC proporrà quale tema principale "Relazioni commerciali Italia-EAU post-Pandemia". Al fine di fornire una formazione più variegata e completa possibile ai partecipanti, per il 2021 la Camera propone un format molto tecnico, chiamando come relatori i migliori professionisti italiani e non, che incontreranno i partecipanti in incontri B2B. Altri relatori daranno un ulteriore contributo, andando a presentare gli EAU dal punto di vista commerciale, nonché i servizi della Camera destinati alle imprese italiane. Ci sarà come sempre una testimonianza di una impresa italiana stabilitasi negli EAU. I professionisti italiani in queste due giornate di workshop, potranno avvalersi quindi di esperienze e suggerimenti pratici, che potranno riportare alle imprese italiane. Al termine delle giornate di formazione, i professionisti diventeranno Representative della Camera in Italia per tutto il 2022 con il compito di facilitare l'approccio delle imprese italiane al mercato degli EAU.

Il progetto si svolgerà secondo le seguenti azioni:

1. Definizione di format e tematiche da affrontare;
2. Presentazione dell'iniziativa a rilevanti figure istituzionali, italiane e non, stakeholders pubblici e privati, principali enti emiratini attivi nell'ambito dell'economia e della legislazione;
3. Selezione speakers e definizione degli argomenti in agenda;
4. Individuazione e prenotazione della location per il Congresso, set up della stessa;
5. Stesura del programma delle due giornate;
6. Consulenza per voli aerei e gestione delle prenotazioni in albergo per partecipanti ed eventuali ospiti;
7. Produzione materiale digitale e cartaceo di supporto al Congresso;

8. Copertura mediatica prima, durante e successiva al Congresso;
9. Selezione e premiazione dei tre “Best Italian Representative 2021”;
10. Organizzazione di incontri B2B tra i Relatori e i Partecipanti;
11. Verra’ richiesta ai professionisti partecipanti al progetto la compilazione dei questionari camerali.

Settore attività economica:

Z - Plurisettoriale

Operatori italiani (stima): 150

Operatori esteri (stima): 10

Partners:

Ordini degli Avvocati e dei Commercialisti Italiani, SEEYOU Marketing

Nome Iniziativa (4970): LazioInnova Project

Periodo svolgimento: da Ven, 01/01/2021 a Ven, 12/31/2021

Luogo di svolgimento: Dubai

Descrizione:

La Camera e’ risultata vincitrice di un bando pubblico internazionale in qualità di Advisor Specializzato per il supporto nell’identificazione, selezione e organizzazione di incontri tra PMI e potenziali investitori, stakeholder e operatori economici, attivo a Dubai, organizzato da LazioInnova per la Regione Lazio. Questo progetto fa parte delle azioni preparatorie per la partecipazione della Regione Lazio a Expo 2021 Dubai.

Durante il 2020, la Camera ha gia’ iniziato a svolgere alcune delle attivita’ previste e, durante il 2021, si occuperà di portare a termine le ulteriori fasi del Progetto. Nello specifico:

- Supportare la Regione nella selezione delle PMI da coinvolgere in iniziative specifiche
- Organizzare iniziative di orientamento e formazione rivolte ad aziende selezionate
- Contribuire alla definizione dei contenuti e delle diverse fasi organizzative di una missione imprenditoriale e Istituzionale da pianificare
- Eseguire le necessarie attività di follow-up

Settore attività economica:

Z - Plurisettoriale

Operatori italiani (stima): 15

Operatori esteri (stima): 90

Partners:

Nome Iniziativa (4971): Start Up Italiane a Expo 2021

Periodo svolgimento: da Gio, 04/01/2021 a Ven, 12/31/2021

Luogo di svolgimento: Emirati Arabi Uniti

Descrizione:

La Camera di Commercio Italiana negli EAU, in collaborazione con il Management Department dell'Università di Torino/Halal-To, l'Università Ca' Foscari, l'Università LUISS e LazioInnova si prefiggono l'obiettivo di creare un modello in grado di ospitare a rotazione presso il Padiglione Italia o presso strutture in EXPO le start up selezionate a partecipare al progetto.

In una prima fase, su input dell'Università di Torino/Halal-To e della IICUAE, le Camere di Commercio Italiane sul territorio italiano, insieme alle associazioni di categoria, la rete di professionisti Italian Representative e gli INCUBATOR delle Università italiane partner, si occuperanno delle attività atte alla diffusione del progetto, con lo scopo di raccogliere le adesioni.

Inoltre, al fine di lavorare in sinergia e di sostenere gli investimenti di lungo periodo nel mercato emiratino, la Camera coinvolge nel progetto la Dubai Future Foundation. Le startup selezionate per prendere parte al progetto saranno 60, divise indicativamente nei tre settori precedentemente descritti: Opportunità', Mobilità', Sostenibilità'.

Il criterio di selezione, al di là dell'appartenenza ai settori merceologici detti, sarà esclusivamente temporale. Le prime 60 startup verranno selezionate in base alla data di richiesta di partecipazione e relative versamento della quota di rimborso spese.

Non da escludere un eventuale allargamento dell'Area espositiva a seconda del numero di richieste pervenute, ovviamente fatta salva la disponibilità dell'area espositiva.

Il progetto si svolgerà secondo le seguenti azioni:

1. Individuazione dei principali partner e sponsor: giugno 2021
2. Individuazione degli Incubatori italiani di riferimento in collaborazione con le Università partner e Representative camerali: giugno-luglio 2021
3. Raccolta delle adesioni da parte delle Università partner e della Camera, con una prima selezione esclusivamente basata sui settori merceologici.
4. Visibilità al progetto tramite conferenze e presentazioni, in Italia e negli EAU: giugno-ottobre 2021.
5. Avviare la collaborazione con Dubai Future Foundation; marzo 2021.
6. Apertura adesioni al progetto: giugno 2021 fino al raggiungimento di 60 startup aderenti+10 di riserva
7. Organizzazione di almeno 2 convegni per presentare le start up italiane agli operatori emiratini in collaborazione con Dubai Future Foundation.

8. Promozione della presenza delle startup italiane presso gli operatori emiratini e invito a visitarle presso il Padiglione Italia o presso l'area espositiva prescelta.
9. Turn-over di presenza delle Startup
10. Preparazione della piantina dell'Area espositiva che sarà divisa nei 3 settori merceologici. L'allestimento verrà deciso in base ai prodotti/servizi da esibire. In ogni Area merceologica verrà installato anche uno schermo su cui verranno presentate a rotazione le startup presenti.
11. Selezione di 12 stager universitari (2 per ogni settore merceologico-6 per turno). Formazione degli stessi sui prodotti/servizi che le startup presenteranno. Periodo settembre-ottobre 2021.
12. Campagna di comunicazione continua sul sito camerale, FB e LinkedIn: giugno 2021-dicembre 2021.
13. Verrà richiesta alle startup partecipanti al progetto la compilazione dei questionari camerali.

Settore attività economica:

Z - Pluri-settoriale

Operatori italiani (stima): 60

Operatori esteri (stima): 250

Partners:

Università degli Studi di Torino/HalalTo, l'Università Ca' Foscari, l'Università LUISS e LazioInnova, Dubai Future Foundation

Nome Iniziativa (4972): Country in Residence in Dubai

Periodo svolgimento: da Mar, 06/01/2021 a Ven, 12/31/2021

Luogo di svolgimento: Dubai

Descrizione:

Le start up che prenderanno parte al progetto saranno reclutate tramite il partner Università di Torino-Halal To, l'Università Ca' Foscari, l'Università LUISS e LazioInnova. Laddove i prodotti/servizi presentati dalle start up facessero parte dei settori merceologici previsti da Expo2021, potranno anche partecipare al Progetto EXPO 2021.

Tale progetto avrà durata pluriennale così da garantire continuità e costante interazione tra il mercato italiano ed emiratino e sarà così strutturato:

Le start up iscritte al Progetto parteciperanno ai tender annuali lanciati dai maggiori stakeholder emiratini come ad esempio: Dubai Electricity and Water Authority (DEWA), Dubai Health Authority, Road and Transport Authority (RTA), Dubai Police ecc. La selezione delle proposte sarà svolta direttamente dall'Authority che ha lanciato il tender. I classificati, avranno accesso ad un programma di tre mesi da svolgere in Dubai, completamente speso da parte dei partner emiratini.

Anche le imprese potranno proporre tramite la Camera, prodotti o Servizi particolarmente innovativi ai grandi player emiratini di cui sopra qualche esempio.

Il progetto si svolgerà secondo le seguenti azioni:

- 1) Individuazione degli Incubatori italiani di riferimento in collaborazione con le Camere di Commercio italiane, Università partner e Representative camerali: giugno-luglio 2021.
- 2) Raccolta delle adesioni alla Camera, con una prima selezione esclusivamente basata sui settori merceologici, inizialmente quelli previsti per Expo2020.
- 3) Visibilità al progetto tramite conferenze e presentazioni, in Italia e negli EAU: giugno-ottobre 2021.
- 4) Avviare la collaborazione con Dubai Future Foundation; marzo 2021.
- 5) Le aziende introdotte da IICUAE a Dubai Future Foundation e i partner governativi (Dubai Electricity and Water Authority (DEWA), Dubai Health Authority, Road and Transport Authority (RTA), Dubai Police ecc) si incontrano durante una cerimonia di apertura e introdotte al programma e sui suoi obiettivi durante l'orientamento. Per il 2021 probabilmente l'incontro sarà da intendersi via Web.
- 6) I partner governativi introducono le aziende al loro personale tecnico e le due realtà iniziano a discutere riguardo le concrete opportunità di partnership.
- 7) Avendo preparato congiuntamente un progetto strutturato, i tecnici dei partner governativi, lo presentano ai manager decisori.
- 8) I partner governativi forniscono un feedback alle aziende entro sette giorni. Se la proposta viene accettata, i tecnici dei partner governativi e quelli dell'impresa italiana, lavorano insieme per migliorare la proposta, discutendo il dettaglio dei contenuti e i relativi costi.
- 9) I partner governativi accettano o rifiutano definitivamente di procedere con un MOU (o altro accordo commerciale)
- 10) I partner e le aziende governative partecipano a una cerimonia di chiusura in cui vengono firmati gli accordi. I prossimi passi per il contratto e la consegna della proposta sono discussi e concordati.
- 11) Verrà richiesta alle aziende partecipanti al progetto la compilazione dei questionari camerali.

Settore attività economica:

Z - Plurisetoriale

Operatori italiani (stima): 5

Operatori esteri (stima): 5

Partners:

Università degli Studi di Torino/HalalTo-l'Università Ca' Foscari, l'Università LUISS-LazioInnova, Dubai Future Foundation

Nome Iniziativa (4973): Ospitalita' Italiana

Periodo svolgimento: da Lun, 03/01/2021 a Ven, 12/31/2021

Luogo di svolgimento: Emirati Arabi Uniti

Descrizione:

Anche per il 2021, la CCIE Dubai implementera' Ospitalita` Italiana, il progetto nato diversi anni da IS.NA.R.T. _ Istituto Nazionale Ricerche Turistiche. Il progetto, tramite le Camere di Commercio Italiane nel Mondo, ha come scopo individuare l'autenticita` della Cucina italiana e dei ristoranti italiani nel mondo; la scrivente Camera, pertanto, si focalizza sulla certificazione dei "veri" ristoranti italiani negli Emirati Arabi Uniti e, dal 2016 tramite il sussidio dell'Ambasciata Italiana di Riyadh, anche dell'Arabia Saudita. Nel corso degli anni la Camera ha costituito un vero e proprio centro di informazione e di Promozione dei ristoranti italiani certificati. Attualmente i ristoranti certificati dalla CCIE Dubai sono 56 (53 negli EAU e 3 in Arabia Saudita).

Il Progetto si svolgera' secondo le seguenti fasi:

1. Divulgazione del progetto e del marchio Q sui social network e sul sito web della Camera;
2. Raccordo progettuale tra l'iniziativa e le attivita` svolte dalla Camera nel settore agroalimentare italiano;
3. Organizzazione degli Aperitivi Italiani, ovviamente Pandemia permettendo, a turno nei ristoranti che hanno ottenuto il marchio Q nel corso degli anni, dando la precedenza ai ristoranti di nuova apertura (quelli, pertanto, in corso di certificazione). La Camera, di volta in volta, definira` con il ristorante data e dettagli dell'evento, progettera` il flyer dedicato che verra` promosso sui social network con invio dell'invito elettronico al database camerale;
4. Realizzazione e diffusione del Magazine Ospitalita` Italiana che verra` anche poi inviato a ristoranti, hotel e distributori F&B emiratini; in aggiunta, la versione elettronica sara` scaricabile dal sito. La rivista ha lo scopo di promuovere i prodotti alimentari e la tradizione culinaria italiana negli EAU.
5. Richiesta alle aziende partecipanti al progetto la compilazione dei questionari camerale.

Settore attivita` economica:

DA - Alimentare > DA15 - Industrie alimentari e delle bevande

Operatori italiani (stima): 8

Operatori esteri (stima):

Partners:

ISNART-Ristoranti Italiani operanti negli EAU

Nome Iniziativa (4974): Progetto Ufficio di Rappresentanza

Periodo svolgimento: da Ven, 01/01/2021 a Ven, 12/31/2021

Luogo di svolgimento:

Dubai

Descrizione:

Premessa: Poter presentare l'impresa agli operatori locali con una sede nel Paese, seppur di rappresentanza, e' un vantaggio non indifferente. Le relazioni personali e la reputazione locale, in questi mercati a matrice islamica, diventano fondamentali per presentare un nuovo brand sul mercato. La Camera di Commercio Italiana negli EAU, in fase iniziale, puo' quindi divenire uno strumento fondamentale al fine di abbreviare il primo e necessario passo, quello della ricerca e posizionamento sul mercato, basato su parametri di conoscenza diretta ed esperienze vissute per vent'anni sul mercato, al fine di accompagnare l'azienda ad un corretto approccio.

Anche il solo presentarsi con l'indirizzo, seppur di Rappresentanza senza valore giuridico, di una sede in una location prestigiosa come Downtown Dubai, faciliterà ulteriormente la realizzazione del progetto ed il raggiungimento degli obiettivi.

La Camera di Commercio Italiana negli EAU, in fase iniziale, puo' quindi divenire uno strumento fondamentale al fine di abbreviare il primo e necessario passo, come anticipato ovvero della ricerca e posizionamento sul mercato, basato su parametri di conoscenza diretta ed esperienze vissute, al fine di accompagnare l'azienda ad un corretto approccio.

Scopo dell'Ufficio di Rappresentanza e` consentire alle imprese italiane di esplorare il mercato emiratino prima di farsi carico di investimenti onerosi come quelli di costituire societa` o filiali sul territorio. Insomma la Camera diventa un Incubator a tutti gli effetti per le imprese italiane.

All'interno degli uffici della CCIE Dubai, nel 2021 saranno presenti degli spazi messi disposizione aziende interessate ad esplorare il mercato emiratino ed approfondire rapporti gia` esistenti con operatori locali.

Il Progetto prevedera':

1. Un ufficio con scrivania e i servizi necessari al funzionamento dello stesso: allaccio elettricità, telefono ed internet, servizio di centralino telefonico, inserimento di una targa con nominativo dell'azienda, stampa di Business Card con indirizzo della Camera.
2. Parte del proprio personale con il compito di promuovere l'azienda, sviluppare i contatti con l'imprenditoria locale, organizzare B2B.
3. Consulenza camerale per facilitare la conduzione degli affari negli EAU, come ad esempio eventuali restrizioni legislative presenti nel business environment emiratino, sulle pratiche di import/export, sui profili di potenziali partner, ecc.
4. I legami e le Relazioni professionali ben consolidati sul territorio con aziende di ogni settore sviluppate negli anni di attivita`.
5. Per progetti di una certa rilevanza commerciale, la Camera puo' mettere a disposizione un tecnico full-time che puo' ulteriormente accelerare l'ingresso o il rafforzamento dell'impresa sul mercato locale.

Infine, importante e' anche il coinvolgimento dell'azienda ad ogni evento di networking camerale e/o di business rilevante, permettendole quindi di avere una costante visibilita` sul mercato e darle la possibilita` di presentarsi all'imprenditoria emiratina e non, operante nel Paese e coinvolta, di volta in volta, nelle attivita` camerale. Al termine dell'utilizzo del Desk, viene somministrato il questionario di valutazione.

Settore attività economica:

Z - Plurisettoriale

Operatori italiani (stima): 4

Operatori esteri (stima): 180

Partners:

Camere di Commercio Italiane, Representative camerali

Nome Iniziativa (4975): Progetto ONAV

Periodo svolgimento: da Gio, 04/01/2021 a Ven, 12/31/2021

Luogo di svolgimento: Dubai

Descrizione:

Il 25 agosto 2019 la Camera ha siglato un Accordo di collaborazione con ONAV (Organizzazione Nazionale Assaggiatori di Vino), grazie al quale la Camera e' diventata filiale ufficiale della importante e conosciutissima Associazione nazionale. Lo scopo e' di promuovere la cultura italiana del vino, uno dei piu' importanti prodotti dell'export italiano. Cio' avverra' attraverso dei Corsi che saranno organizzati per privati consumatori di vino, a cui potranno partecipare anche addetti al servizio nei ristorante italiani.

Per l'ONAV IICUAE, l'Associazione ha stabilito che il Commissario ovvero colui che collabora e vigila sull'organizzazione dei Corsi per assaggiatori, sia Luigi Falanga, Representative della Camera per la Sicilia.

Anche questa attivita' ovviamente, potra' prendere il via una volta terminata la Pandemia o che comunque si possano organizzare iniziative di persona.h

Il progetto si svolgera` secondo le seguenti azioni:

- 1) In collaborazione con il Commissario ONAV Dubai si andra' ad elaborare un Corso di 4 serate.
- 2) Terra' i corsi Luca Gagliardi, il miglior Sommeiller italiano operante negli EAU.
- 3) Si andranno a definire la location, le date, i costi di partecipazione e gli orari di svolgimento del corso.
- 4) La Camera si impegnera' ad ottenere il permesso dalla Polizia locale per poter promuovere ed organizzare il Corso in cui e' prevista la somministrazione di alcolici.
- 5) I corsi sono da organizzarsi presso ristoranti italiani o strutture con licenza di vendita di prodotti alcolici.
- 6) La Camera promuovera' l'evento presso le imprese associate e il database camerale per la ricerca dei partecipanti.
- 7) I partecipanti al corso potranno essere imprenditori della ristorazione e privati cittadini.
- 8) Al termine del Corso ai partecipanti verra' somministrato un questionario.

Settore attività economica:

DA - Alimentare

Operatori italiani (stima):

Operatori esteri (stima): 20

Partners:

Ristoranti Italiani a Dubai, ONAV

Nome Iniziativa (4976): E-Missioni inbound B2B

Periodo svolgimento: da Ven, 01/01/2021 a Ven, 12/31/2021

Luogo di svolgimento: Emirati Arabi Uniti

Descrizione:

Premessa.

Valutazione della situazione delle esportazioni italiane e conseguenze operative.

L'arrivo della Pandemia ha ulteriormente rallentato le esportazioni nel Paese e la Camera, a partire dall'aprile 2020 ha modificato parzialmente l'organizzazione degli incontri B2B che non potevano e difficilmente possono avvenire di persona. La fase preparatoria della E-Missione B2B, si svolgerà esattamente come negli anni precedenti, mentre la parte di relazione fra l'impresa italiana e l'operatore emiratino non avviene più di persona ma attraverso incontri Web (Zoom, Skype ecc). La Camera ha inoltre deciso di abbassare del 20 e del 30% i costi dell'organizzazione delle E-Missioni.

La contrazione delle esportazioni italiane, esige una attenzione particolare della Camera nell'andare a selezionare le imprese italiane che vogliono approcciare questo mercato.

Significa che al di là della prudenza sempre praticata dalla Camera nei confronti delle imprese italiane interessate a questo mercato, necessita una analisi ancora più approfondita e restrittiva su quest'ultime.

La Camera cercherà di indirizzare le proprie energie a favore di quelle imprese che continuano ad avere possibilità concrete di esportazione ovvero quelle innovative e tecnologicamente avanzate e che d'altronde sono la forza delle esportazioni italiane nel mondo.

La stessa strategia governativa emiratina di voler sviluppare il tessuto industriale del Paese, ci deve far porre una particolare attenzione, perché è il momento giusto per inserirsi nei processi produttivi nascenti con propri macchinari e servizi, così da poter essere fornitori delle società emiratine nel lungo termine. Ovvero prima di cambiare macchinari o linee produttive, necessitano anni in cui la manutenzione e le innovazioni degli stessi impianti da parte delle imprese italiane, è propedeutico per le fasi successive come appunto il cambio di intere linee produttive o macchinari.

Il progetto si svolgerà secondo le seguenti azioni:

1. Organizzazione di una giornata dedicata ad un Seminario di approccio al mercato emiratino via WEB generalmente tenuto dal Segretario Generale Mauro Marzocchi presso le sedi delle Camere di Commercio Italiane, delle Associazioni di Categoria. Il Rappresentante della Camera di Commercio EAU presenta gli EAU tramite la proiezione della Presentazione Paese, a cui segue l'introduzione dei servizi erogati dalla Camera.
2. Gli Enti che, di volta in volta sono partner dell'iniziativa, si impegneranno a promuovere la stessa presso le imprese del territorio, coinvolgendo le Associazioni imprenditoriali di Categoria.

3. Di norma, alla fine della Presentazione Paese, venivano svolti incontri individuali di persona della durata di circa 20 minuti l'uno durante il quale l'imprenditore poteva avere la possibilità di illustrare e presentare al Rappresentante della Camera di Commercio Italiana l'attività della propria Azienda e gli obiettivi aziendali rispetto al mercato emiratino. Questa stessa attività verrà sviluppata sempre con incontri individuali, ma tramite WEB nei giorni successivi alla presentazione Paese.

Scopo di queste iniziative è, infatti, incrementare l'interesse delle imprese verso gli EAU, con lo scopo di coinvolgerle nell'attività camerale e poter pertanto, offrire loro i servizi camerale. Da queste iniziative passa, seppur modestamente, anche lo sviluppo dell'export italiano nel Paese.

Alle imprese viene fornita una prima analisi gratuita delle potenzialità dei prodotti/servizi che l'impresa italiana vorrebbe introdurre sul mercato emiratino. Questo al fine di far risparmiare tempo e soldi alle aziende ed evitare che la Camera renda dei servizi di cui si conosce a priori l'esito negativo. Qualora tale parere fosse positivo, l'attività camerale continua come segue:

1. Incontro di formazione via WEB fra l'impresa interessata alla E-Missione e un manager della Camera specializzato nel settore merceologico. In tale incontro vengono approfonditi anche gli aspetti metodologici dell'organizzazione della E-Missione. Da parte del manager camerale vengono acquisite tutte le informazioni e punti di forza e debolezza dell'impresa, così da presentarla nel migliore dei modi agli operatori locali.
2. Pre-indagine: Analisi del materiale raccolto dalle aziende e del loro potenziale nel mercato, da verificare direttamente con gli operatori locali;
3. Verifica del database di operatori locali appartenenti al settore concernente l'azienda coinvolta nella missione;
4. Organizzazione per ciascuna Azienda di un'agenda di almeno 4/5 appuntamenti B2B di persona o via WEB, organizzati con operatori locali selezionati. La Camera, nel caso sia possibile organizzare B2B di persona, li organizza esclusivamente presso le sedi degli operatori locali, affinché l'azienda italiana possa valutare dal vivo, la consistenza dell'interlocutore emiratino. Non sono quindi previsti incontri in sedi terze, come potrebbe essere la sede della Camera oppure una meeting room di un hotel.

A tal fine la Camera provvederà a fornire le vetture con autista per gli spostamenti, l'elenco degli incontri così da programmare con accuratezza gli spostamenti.

4. Laddove richiesto dall'azienda italiana, la Camera si occuperà dell'organizzazione della parte logistica per la gestione del viaggio dall'Italia a Dubai;
5. Il manager della CCIE Dubai che si è occupato dell'organizzazione della missione incontrerà la singola Azienda (nel caso di missione individuale) o la delegazione (in caso di missione collettiva) per un incontro propedeutico prima degli incontri veri e propri;
6. Assistenza full-time da parte della CCIE Dubai ai delegati impegnati nella missione.
7. Briefing finale con l'azienda o le aziende e successiva somministrazione dei questionari di valutazione.

Settore attività economica:

Z - Plurisetoriale

Operatori italiani (stima): 6

Operatori esteri (stima): 800

Partners:

Nome Iniziativa (4977): E-Missioni outbound

Periodo svolgimento: da Ven, 01/01/2021 a Ven, 12/31/2021

Luogo di svolgimento: Italia

Descrizione:

Al fine di promuovere l'imprenditoria italiana e sviluppare nuovi contatti d'affari, la Camera, anche per questo 2021, organizzerà le consuete missioni imprenditoriali outbound di operatori emiratini in Italia, sempre che la situazione pandemica lo possa permettere. Durante gli outbound verranno organizzati incontri d'affari B2B tra gli stessi operatori emiratini e quelli italiani. Ove la possibilità di viaggiare fosse preclusa e le circostanze lo permettessero, tale attività verrà svolta da remoto con l'utilizzo di sistemi di comunicazione digitale per gli incontri B2B.

La CCIE Dubai attiverà le seguenti azioni, in stretto raccordo con i relativi partner italiani:

1. Costituzione di un database di operatori emiratini appartenenti al settore di interesse delle aziende italiane;
2. Promozione dell'iniziativa tramite mass mailing e recall telefoniche presso gli operatori emiratini al fine di verificare il loro interesse a prendere parte agli incontri outbound;
3. Organizzazione di un'agenda di incontri personalizzati in presenza o da remoto, con controparti locali selezionate per ognuna delle aziende italiane;
4. Organizzazione degli aspetti logistici del viaggio, ove possibile, e presentazione del programma agli operatori emiratini partecipanti alla missione;
5. Assistenza ai rappresentanti delle imprese da parte di un Rappresentante della Camera durante la missione, se richiesto dal partner, in presenza o da remoto;
6. Al ritorno dalla missione, sarà fatto un follow up sui partecipanti per verificare la riuscita del progetto. Ai partecipanti, italiani ed emiratini, sarà sottoposto il questionario di valutazione del progetto.

Settore attività economica:

Z - Plurisettoriale

Operatori italiani (stima): 40

Operatori esteri (stima): 6

Partners:

Camere di Commercio Italiane, Representative camerali

Nome Iniziativa (4978): E-Missioni B2B con Rappresentanza

Periodo svolgimento: da Ven, 01/01/2021 a Ven, 12/31/2021

Luogo di svolgimento: Emirati Arabi Uniti

Descrizione:

Per le aziende interessate ad inserirsi nel mercato emiratino con l'organizzazione di una missione svolta con una preparazione "sul campo", la Camera mette a disposizione il progetto di E-Missione con Rappresentanza. Nel 2019 ha coinvolto 11 imprese che hanno potuto far riferimento all'esperienza dello staff camerale. Negli Emirati gli incontri di persona sono permessi e conseguentemente la E-Missione con Rappresentante puo' realizzarsi.

Il progetto si svolgera` secondo le seguenti azioni:

1. Un manager della Camera (definito Rappresentante dell'impresa italiana) incontrera' di persona gli operatori localio con l'obiettivo di presentare i prodotti od i servizi attraverso materiale specifico (cataloghi, listini prezzi, campioni fisici...);
2. Successivamente il progetto si sviluppa attraverso un periodo di due mesi in cui lo staff della Camera si occupera' di sensibilizzare gli operatori emiratini all'offerta delle imprese partecipanti, con meeting da svolgere presso le sedi dei suddetti operatori locali;
3. Successivamente verranno organizzati incontri B2B tra gli operatori interessati e gli imprenditori italiani di persona o via WEB;
4. Al termine del progetto verra' richiesta alle aziende partecipanti al progetto la compilazione dei questionari camerale.
5. L'assistenza di follow up alle aziende italiane coinvolte nel progetto continua per almeno un mese dal termine degli incontri B2B.

Settore attività economica:

Z - Plurisettoriale

Operatori italiani (stima): 6

Operatori esteri (stima): 600

Partners:

Camere di Commercio Italiane, Representative camerale

Nome Iniziativa (4979): Aperitivo Italiano

Periodo svolgimento: da Gio, 04/01/2021 a Ven, 12/31/2021

Luogo di svolgimento: Dubai

Descrizione:

La Camera si occuperà, anche per questo 2021, di organizzare i rinomati Aperitivi Italiani presso i ristoranti certificati Ospitalità Italiana. Ovviamente la premessa e' sempre che la situazione pandemica lo permetta. L'evento nasce con fine di networking ed è utilissimo per conoscere operatori/manager locali e anche per

incrementare i rapporti fra gli imprenditori e manager italiani. Garantisce, inoltre, alla Camera di mantenere i rapporti già consolidati con gli associati e con il suo network in generale; in aggiunta, la Camera può incrementare il proprio database ed entrare in contatto con nuovi potenziali partner. Infine, l'attività rappresenta un'occasione per i ristoranti italiani di farsi conoscere, far sperimentare la propria cucina e servizio ed incrementare la propria visibilità nella comunità italiana.

Il Progetto si svolgerà secondo le seguenti fasi:

1. Individuare i potenziali ristoranti da coinvolgere nell'evento, dando precedenza a quelli di recente apertura;
2. Stabilire, di volta in volta, con i responsabili del ristorante prescelto i dettagli dell'evento (data, orario, menù, costo, numero massimo di ospiti);
3. Preparare la locandina ufficiale dell'evento con i suddetti dettagli da inviare, tramite newsletter, a tutto il database camerale (oltre 5000 contatti) e, contemporaneamente, pubblicata sul sito web della CCIE Dubai e relativi social media;
4. Inviare in tempo utile il numero o la lista – qualora richiesta dal ristorante – dei presenti al referente dell'evento;
5. Gestire, durante l'Aperitivo, le questioni logistiche e pratiche in raccordo con il management del ristorante; un dipendente camerale avrà il compito di testimoniare fotograficamente l'evento;
6. Pubblicare nelle giornate successive all'evento il materiale raccolto durante lo stesso sui suddetti canali di comunicazione della CCIE Dubai.
7. Richiedere la compilazione dei questionari camerale.

Settore attività economica:

DA - Alimentare

Operatori italiani (stima): 700

Operatori esteri (stima): 200

Partners:

Ristoranti Italiani in Dubai

Nome Iniziativa (4980): Partecipazione Convention, Meeting SG, Riunione d' Area

Periodo svolgimento: da Lun, 03/01/2021 a Mer, 12/01/2021

Luogo di svolgimento: Italia

Descrizione:

Anche nel 2021 i rappresentanti della Camera parteciperanno attivamente agli eventi di rete camerale organizzati da Assocamerestero, in presenza o da remoto, quali:

1. Convention mondiale
2. Meeting Segretari Generali con partecipazione anche del vice Segretario. Roma
3. Riunioni delle CCIE dell' Area Asiatica. Pechino

Settore attività economica:

Z - Plurisetoriale

Operatori italiani (stima): 4

Operatori esteri (stima):

Partners:

Assocamerestero

Nome Iniziativa (4981): Newsletter quindicinale

Periodo svolgimento: da Ven, 01/01/2021 a Ven, 12/31/2021

Luogo di svolgimento: Emirati Arabi Uniti

Descrizione:

Anche nel 2021 la Camera continuerà con la pubblicazione delle newsletter quindicinali dedicate ai Representatives e membri della Camera con lo scopo di fornire importanti aggiornamenti sulle ultime notizie rilevanti e attività della Camera.

Settore attività economica:

Z - Plurisetoriale

Operatori italiani (stima): 150

Operatori esteri (stima): 5000

Partners:

Representatives, Associati

Nome Iniziativa (4982): Magazine bimensile

Periodo svolgimento: da Lun, 03/01/2021 a Ven, 12/31/2021

Luogo di svolgimento: Emirati Arabi Uniti

Descrizione:

Anche nel 2021 la Camera continuerà con la pubblicazione del magazine dedicato ai Representatives che collaborano con la Camera e agli associati, con lo scopo di fornire importanti aggiornamenti sulle ultime novità commerciali, legislative e fiscali negli EAU.

Settore attività economica:

Z - Plurisettoriale

Operatori italiani (stima): 180

Operatori esteri (stima): 150

Partners:

Representatives e Associati

Nome Iniziativa (4983): Comitato Scientifico

Periodo svolgimento: da Ven, 01/01/2021 a Ven, 12/31/2021

Luogo di svolgimento: Italia

Descrizione:

La futura Economia dell'Innovazione, intesa come connubio tra imprenditorialità ed innovazione, avrà come protagoniste aziende in cui la professionalità delle persone, già oggi importante, costituirà un asset fondamentale e driver insostituibile di successo.

A tal fine e' stato istituito nel 2020 il Comitato Scientifico (di seguito "Comitato") di IICUAE, quale strumento di congiunzione tra gli Atenei Italiani ed Emiradini, con l'obiettivo di favorire l'incontro e la messa in comune di esperienze e competenze utili al mondo che oggi forma i manager e gli imprenditori di domani.

Questo costituisce il nodo di una rete di soggetti che, in diverse forme, produce e condivide conoscenza e innovazione, oltre che uno spazio di incontro tra la dimensione locale/regionale e quella globale/internazionale.

Il Comitato si riunirà periodicamente al fine di:

- proporre al Consiglio di Amministrazione camerale le linee di politica culturale e scientifica e le possibili iniziative connesse meritevoli di essere attuate da parte di IICUAE
- guidare lo sviluppo e supervisionare l'implementazione del programma scientifico concordato con il CdA camerale e da questi approvato
- promuovere l'inserimento di risorse qualificate all'interno del sistema delle Imprese Socie, anche attraverso l'attuazione di stage e programmi di alta formazione in apprendistato
- favorire la messa in comune inter-Atenei di conoscenze e persone promuovendo la realizzazione di programmi di scambio di studenti e di visiting professor tra Italia e IICUAE
- favorire l'incubazione di aziende italiane in UAE, supportando il CdA nell'attuazione di accordi locali con particolare riguardo al settore delle start up, tenendo in conto anche l'attuale livello di collaborazione con Dubai Future Foundation.
- mettere al servizio dei Soci le proprie esperienze in termini di progettazione e delivery della formazione

manageriale fornendo supporto per la realizzazione di Academy locali con faculty qualificate.

Settore attività economica:

Z - Plurisettoriale

Operatori italiani (stima): 11

Operatori esteri (stima): 0

Partners:

Università' degli Studi di Torino/HalalTo, Confindustria Ambiente, 'Università' Guido Carlo LUISS, Università Ca' Foscari.

Nome Iniziativa (5031): Campagna marketing

Periodo svolgimento: da Ven, 01/01/2021 a Ven, 12/31/2021

Luogo di svolgimento: Paesi del Golfo escluso Qatar

Descrizione:

La Camera, per tutto il 2021, implementerà la propria strategia marketing con il supporto della società di consulenza Dracteam Technology, esperta nel settore e già consulente della Camera.

Nello specifico, la strategia di Dracteam Technology per il 2021 si dividerà in 3 principali attività:

1. Aumentare la Web Identity della Camera negli Emirati Arabi.
2. Far crescere la Brand Awareness delle iniziative che la Camera propone ai suoi attuali e potenziali nuovi associati
3. Dare visibilità al Portale delle Aziende iscritte nella campagna 2020, verso il mercato dei target interessati al made in Italy nel GCC. Le azioni che verranno intraprese sono un ben bilanciato equilibrio di Strategia di marketing Digitale, produzione di contenuti originali ed utilizzo di strumenti professionali per la misurazione dei risultati e la verifica del SEO. Oltre ad azioni di supporto e manutenzione evolutiva degli attuali asset digitali.

Settore attività economica:

Z - Plurisettoriale

Operatori italiani (stima): 5

Operatori esteri (stima): 5000

Partners:

Dracteam Technology

Nome Iniziativa (5033): WEB B2B alla Fiera Firenze Home TexStyle

Periodo svolgimento: da Ven, 02/05/2021 a Lun, 02/08/2021

Luogo di svolgimento: Italia

Descrizione:

Il progetto si svolgera` secondo le seguenti azioni:

1. Promuovere l'iniziativa tramite mailing e recall telefoniche presso gli operatori emiratini del settore al fine di verificare il loro interesse a prendere parte agli incontri WEB con gli espositori italiani;
2. Organizzare un'agenda di incontri personalizzati con i buyer selezionati a cura dell'organizzazione Fieristica. I buyer che parteciperanno ai WEB B2B saranno almeno 2;
3. Al termine degli incontri WEB B2B sara` fatto un follow up sui partecipanti per verificare la riuscita del progetto. Ai partecipanti emiratini, sara` sottoposto il questionario di valutazione del progetto.

Settore attività economica:

DB - Tessile e moda

Operatori italiani (stima): 12

Operatori esteri (stima): 2

Partners:

PromoFirenze. Agenzia Speciale della Camera di Commercio di Firenze.

Nome Iniziativa (5038): Confindustria Giovani. WEB meeting e missione

Periodo svolgimento: Gio, 04/15/2021

Luogo di svolgimento: Italia

Descrizione:

Confindustria Giovani Varese, in collaborazione con la CCIE Dubai organizzerà un evento via WEB, durante il quale il Segretario Generale si occuperà di presentare il Paese Emirati Arabi Uniti e i Servizi proposti dalla Camera di Commercio Italiana negli EAU. Tale iniziativa è organizzata con lo scopo primario di fornire ai partecipanti una visione completa del mercato emiratino e dare, allo stesso tempo, informazioni accurate sui diversi settori dell'economia. Finalità è l'organizzazione di una missione collettiva di persona negli EAU.

L'organizzazione della conferenza via Zoom si articola secondo le seguenti fasi:

1. La Presentazione Paese ha come obiettivo di fornire agli operatori italiani una conoscenza quanto più ampia ed esaustiva possibile del mercato emiratino. Pertanto, oltre a fornire informazioni di tipo quantitativo su stato generale dell'economia, trend dei settori industriali maggiori, performance esportativa italiana nel Paese (per settori), con la Presentazione si mira anche ad aumentare la conoscenza dei punti di forza e di debolezza del mercato, di eventuali difficoltà nella introduzione dei prodotti/servizi negli EAU e delle opportunità di business. In questo modo si cerca di rendere consapevole l'imprenditore non solo degli aspetti positivi del mercato, ma anche delle difficoltà che si troveranno di fronte nell'approcciare il mercato emiratino.
2. L'organizzazione della Presentazione Paese viene concordata con il partner italiano Confindustria Giovani Varese.

3. E' prevista un primo WEB meeting di carattere generale. Al termine in base alle tipologie merceologiche meglio rappresentate, verranno organizzati WEB meeting settoriali. La Presentazione Paese e` costantemente aggiornata tenendo conto della pubblicazione dei dati ISTAT.
4. Fatta salva la possibilita' di organizzare una missione di persona negli EAU, si valuteranno quali settori merceologici avranno piu' possibilita' di introduzione sul mercato.
5. Al termine verra' richiesto ai partecipanti la compilazione dei questionari camerali sulla qualita' e utilita' dei WEB meeting ed eventualmente sull'esito delle missioni di persona.

Settore attività economica:

Z - Plurisettoriale

Operatori italiani (stima): 30

Operatori esteri (stima): 0

Partners:

Confindustria Giovani Varese

Nome Iniziativa (5039): Seminari negli EAU-CLUB ITALIA

Periodo svolgimento: da Lun, 02/01/2021 a Ven, 12/31/2021

Luogo di svolgimento: Dubai

Descrizione:

Realizzare eventi e attività di match-making per dare alle aziende italiane associate la possibilità di incontrare controparti cui presentare proposte di collaborazione produttiva, tecnologica, commerciale.

Continua anche nel 2021 il progetto camerale Club Italia, che si prefigge come obiettivo quello di promuovere le aziende italiane operanti negli EAU.

Nel 2020 la Camera ha con successo raccolto l'adesione di numerose nuove aziende italiane operanti negli EAU, appartenenti a diversi settori di riferimento.

Per ognuna delle suddette Società sono state raccolte tutte le informazioni e i dettagli necessari che sono stati successivamente pubblicati sul sito web camerale in una sezione appositamente creata con lo scopo di dare ad esse maggior rilievo e visibilità.

Al termine di ogni Seminario viene richiesto ai partecipanti la compilazione dei questionari camerali.

Le attività si svolgeranno a seconda delle condizioni locali legate alla Pandemia e nel dettaglio:

1. Mantenere i rapporti con le aziende associate e non, alla Camera;
2. Organizzare eventi di networking e seminari dedicati alle aziende iscritte in Club Italia e relative a temi ed argomenti che siano di interesse per le aziende italiane operanti in loco;

3. Realizzare eventi e attività di match-making per dare alle aziende associate la possibilità di incontrare controparti cui presentare proposte di collaborazione produttiva, tecnologica, commerciale;
4. Supportare le aziende associate nell'organizzazione di eventi, seminari e convention aziendali e relative attività di marketing e PR;
5. Incontrare nuove aziende italiane allo scopo di associarle presentando tutti i servizi e i benefici che l'associazione offre;

In riferimento ai punti 3) e 4) in particolare la Camera di Commercio si occuperà di:

1. Ricerca e definizione dei dettagli della location;
2. Preparazione ed invio personalizzato dell'invito;
3. Contatto delle principali testate giornalistiche e blog al fine di promuovere l'evento;
4. Richiedere la partecipazione delle Autorità Italiane in loco (Ambasciata, Consolato ed ICE Dubai);
5. Occuparsi delle questioni organizzative e logistiche durante la serata (definizione delle tempistiche, degli oratori, della riproduzione di filmati ecc..)
6. Raccogliere tutto il materiale relativo alla serata da diffondere con tutti i mezzi di comunicazione a disposizione della Camera.

Settore attività economica:

Z - Plurisetoriale

Operatori italiani (stima): 50

Operatori esteri (stima): 0

Partners:

Relatori-professionisti che operano negli EAU

Nome Iniziativa (5040): Associazione Cuochi Italiani negli EAU

Periodo svolgimento: da Lun, 03/01/2021 a Ven, 12/31/2021

Luogo di svolgimento: Dubai

Descrizione:

Per la promozione in loco delle imprese italiane, di particolare rilevanza sono i rapporti con la ristorazione italiana, in quanto può indirizzare i distributori all'acquisto di prodotti di gradimento degli chef prodotti che i distributori locali, magari non avrebbero preso in considerazione. Da qui è nata l'ipotesi di organizzare una Associazione Cuochi Italiani che avrà oltre all'obiettivo sopra presentato, anche la possibilità di realizzare eventi per promuovere la Cucina italiana e la professionalità degli chef italiani.

Anche il Magazine ospitalita' Italiana sara' uno strumento utile per la promozione dell'iniziativa.

Settore attività economica:

DA - Alimentare

Operatori italiani (stima): 15

Operatori esteri (stima): 0

Partners:

Cuochi e ristoratori negli EAU

Totale Operatori italiani (stima): 2057

Totale Operatori esteri (stima): 17668

3. Obiettivi da conseguire:

L'attività della Camera nel 2021 sarà concentrata su tre obiettivi principali:

1. Instaurare buone relazioni con le Istituzioni Italiane operanti sul territorio.
2. Incrementare l'attività a favore delle imprese italiane operanti sul territorio.
3. Incrementare le esportazioni italiane negli EAU, grazie ai servizi che la Camera renderà alle imprese italiane.

1. Instaurare buone relazioni con le Istituzioni Italiane operanti sul territorio.

Si ritiene che la conclusione positiva e unanime dell'Assemblea Generale del 13 dicembre 2020, sia propedeutica alla ripresa di trasparenti e corrette relazioni istituzionali in loco. Il rinnovo del CdA e della figura del Tesoriere, porteranno nuova linfa all'attività camerale, che si dedicherà ancor più all'assistenza delle imprese italiane operanti in loco. Il coordinamento che la Camera continua a proporre ogni anno all'ICE Dubai, ci si augura che possa vedere la luce nel 2021, non potrà che portare benefici alle imprese italiane sia che operino sul territorio sia che vogliano approcciare il mercato degli EAU.

2. Attività a favore delle imprese italiane operanti sul territorio.

Nel 2021, la Camera presterà ancor maggior attenzione al supporto alle imprese italiane operanti negli EAU. Nel corso dell'anno, saranno individuate, contattate ed ci si augura associate numerose aziende "italiane" attive negli EAU. Sul sito della Camera, inoltre, si continuerà a mantenere tale lista aggiornata e

in evidenza di queste imprese sotto la voce Club Italia. Si faciliterà così il compito agli operatori locali che vorranno ricercare un partner italiano per incrementare il proprio business. Club Italia sul sito sarà diviso per settore merceologico proprio a tal fine. La Camera, come è avvenuto nello scorso anno, si occuperà di organizzare eventi, iniziative ed incontri dedicati agli appartenenti a Club Italia. I Seminari saranno dedicati agli aspetti operativi che coinvolgono l'attività di una impresa negli EAU. Relatori saranno i migliori specialisti delle singole materie operanti negli EAU, quasi tutti svolti in lingua italiana.

3. Incremento delle esportazioni italiane negli EAU, grazie ai progetti elaborati per le imprese italiane operanti in Italia.

Seppur forte del re-export nei Paesi del GCC, Africa orientale e India, nel 2019 abbiamo esportato 4,568 miliardi di euro nel 2019 equivalenti ai dati del 2018.

Nel 2020 imperando la Pandemia che ha prodotto una contrazione delle esportazioni italiane di circa il 16.5%, dati al settembre 2020. La Camera ha individuato nuove metodologie operative per permettere da una parte di salvaguardare al massimo il livello esportativo e dall'altra per essere pronti, ci si augura al termine della primavera 2021, a contribuire ad una decisa ripresa delle esportazioni. La Camera infatti nel 2021, stante le difficoltà di spostamento delle persone, ha esteso il raggio di azione sui Paesi del Golfo (escluso Qatar) e non solo degli EAU.

La Camera ha iniziato quindi una pianificazione della propria attività nel medio termine, valutando con attenzione quali potessero essere i settori merceologici con maggior possibilità di inserimento sul mercato e conseguentemente ha riformulato i servizi camerale da proporre loro.

4. Metodologia rilevazione Customer Satisfaction

La scrivente Camera continuerà a valutare la Customer Satisfaction attraverso un questionario distribuito in forma cartacea che rileva la qualità dell'azione camerale durante le missioni imprenditoriali (organizzazione, contenuti, logistica, etc) e degli operatori locali incontrati in occasione dei B2B. La metodologia prevista non prevede in nessun caso rilevazioni telefoniche.

- I questionari raccolti sono pari ad almeno il 25% dei partecipanti all'azione e/o al progetto;
- Per rilevare la customer satisfaction, viene calcolata la media dei risultati dei questionari raccolti.
- I questionari sono raccolti in forma cartacea e firmati da ogni singola Azienda/operatore.

5. Totale generale del costo previsto per il programma di attività [United Arab Emirates dirham (AED)]:

Personale	1.472.110,00
-----------	--------------

Spese generali di funzionamento	365.000,00
Servizi	1.625.000,00
Totale	3.462.110,00