

TUTTI NEL GOLFO

Emirati, Arabia Saudita e Qatar guidano il gruppo dei Paesi del Gcc, il Gulf cooperation council (di cui fanno parte anche Kuwait, Oman e Bahrain), cioè uno dei sei hub di Medio Oriente e Africa che offrono le opportunità di affari più ampie e senza incognite geopolitiche sia ai produttori di beni di largo consumo che alla distribuzione.

In questi hub - oltre ai Paesi Gcc ci sono Turchia, Sudafrica, Nigeria, Egitto e Marocco - vivono 400 milioni di persone e il Pil totale supera i 2mila miliardi di dollari. La metà della ricchezza prodotta, più o meno, arriva dagli Stati del Golfo.

Abbigliamento, accessori, calzature, profumi e cosmetici sono i prodotti di alta gamma che da tempo godono in questi mercati di ottimi tassi di crescita, soprattutto negli Emirati, Dubai in testa, grazie tra l'altro alla quota di turisti abbienti indiani e asiatici (delle ex Repubbliche sovietiche, per esempio) intercettata dagli immensi centri commerciali.

Qui trovano una varietà di offerta sconosciuta nei Paesi di origine o gravata da dazi proibitivi.

Gli Emirati, testimoniano un ampio e rapido processo di modernizzazione culturale che ha accompagnato e sostenuto la diffusione del benessere economico prodotta inizialmente dal petrolio e poi dallo sviluppo di altri settori.

Il mercato, mostra un'apertura crescente alle marche europee e italiane in particolare.

Nel 2013, il Medio Oriente vedrà un incremento del mercato del 9 per cento, a un soffio dall'America Latina (10%) mentre la parte del leone la farà, ancora una volta, l'Asia con un aumento del 17 per cento.

Pelletteria, scarpe e accessori i prodotti che dovrebbero andare meglio (10%), seguiti da gioielli, orologi, penne e accendini (+8 per cento).

L'area del Golfo, assorbe il 3,5% dei prodotti del segmento del lusso per la persona (personal luxury goods, cioè moda, gioielli, orologi), con un fatturato di circa 7,5 miliardi di euro, un terzo del quale è Made in Italy. Un segmento in rapida crescita, inoltre, è quello del gourmet.

Più in generale, considerando anche i consumatori di fascia medio - bassa, i Paesi Gcc hanno un potenziale di crescita dell'alimentare pari a 23 miliardi di dollari entro il 2017, considerando che la spesa per cibo resta ancora alta, il 28 per cento del totale dei consumi.

Lo sviluppo più promettente, riguarda il design Made in Italy, anche attraverso la forma del contract.

Per arredare e illuminare hotel, aeroporti e musei i ricchi Stati dell'area scelgono sempre più spesso i marchi italiani e la tecnologia italiana

La mecca dei progetti è il Qatar, che investe in infrastrutture con un occhio di riguardo a cultura e istruzione.,mentre é in ripresa la cometa Dubai.

Siamo a vostra disposizione ai numeri sotto indicati.