

## Investopia: da Dubai una nuova piattaforma di investimento

di Giovanni Bozzetti

*Ospitata da Borsa Italiana, si è tenuta nei giorni scorsi la seconda edizione di **Investopia Europe**, evento satellite della piattaforma di investimento con sede negli Emirati Arabi Uniti. Nel mutevole contesto geopolitico odierno gli Emirati stanno assumendo un ruolo sempre più rilevante quale ponte con il Sud del mondo, con l'Africa in particolare, grazie alle connessioni per la logistica e i trasporti, ma anche ai progetti di energia rinnovabile. A sua volta l'Italia, per gli Emirati, rappresenta un'importante porta di accesso per l'Europa. Italia e Dubai hanno per certi versi una struttura imprenditoriale assai simile, basate su PMI e aziende di matrice familiare e imprenditoriale: tra le ricadute attese di Investopia un incremento dei flussi reciproci di investimenti diretti soprattutto in quel comparto. PMI che a loro volta avranno bisogno di competenze manageriali di alto livello ...*

*(introdotto da Maurizio Quarta)*

\*\*\*\*\*

Gli Emirati Arabi Uniti si stanno trasformando profondamente nel corso degli ultimi anni. La nuova classe dirigente è giovane, istruita nelle più importanti università nel mondo e prosegue l'eccellente opera iniziata dai fondatori dei Paesi a partire da Sheikh Zayed, impegnandosi ogni giorno nell'innovazione, ma saldamente ancorati alle loro tradizioni ed heritage culturale. Oggi, gli emiratini percepiscono la necessità di una diversificazione del mercato che superi una più radicata e storica economia basata sul petrolio. I grandi flussi di denaro, una posizione strategica tra Oriente ed Occidente, nonché un momento storico in cui alcuni mercati tradizionali sono chiusi consentono agli Emirati Arabi Uniti di diventare uno dei principali mercati di riferimento a livello globale.

È in questo contesto che nel 2021 Sua Altezza Sheikh Mohammed Bin Rashid Al Maktoum, Primo Ministro degli Emirati Arabi Uniti e Ruler di Dubai e Sua Eccellenza Abdullah Bin Touq Al Marri, Ministro dell'Economia degli Emirati Arabi Uniti, lanciano Investopia, una piattaforma di investimento che ha l'obiettivo di collegare la comunità globale degli investitori a future opportunità di investimento. La struttura di Investopia travalica i confini emiratini: infatti, la piattaforma mira ad agevolare chiunque voglia investire nell'unicità e nella lungimiranza dell'economia emiratina, considerata non solo un mercato importante di per sé, ma anche un hub strategico per il Medio Oriente, il Sud Est asiatico e l'Africa

Grazie allo straordinario successo ottenuto negli Emirati Arabi Uniti (solo nel 2024 Investopia ha ospitato 2500 partecipanti provenienti da 50 paesi diversi e ha riunito più di 300 dirigenti di alto livello), la piattaforma emiratina ha rafforzato la propria presenza attraverso una serie di eventi satellite ribattezzati Global Talks, tenutisi a New York, Ginevra, Nuova Delhi, Mumbai, Il Cairo, Rabat, L'Avana e Londra.

### Appuntamento nel vecchio continente: nasce Investopia Europe

Nel 2023, grazie alla partnership tra il Ministero dell'Economia degli Emirati Arabi Uniti ed EFG Consulting – società di consulenza strategica per i processi di internazionalizzazione con focus sul Medio Oriente presieduta da Giovanni Bozzetti - la piattaforma emiratina è arrivata a Milano, inaugurando la prima edizione di **Investopia Europe**. L'Italia è considerato un paese fondamentale per gli emiratini: innanzitutto perché gode di una posizione unica che la pone come una vera e propria porta d'ingresso per l'Europa; inoltre, il know-how delle imprese italiane, che ha portato alla creazione di un vero e proprio marchio Made in Italy, è esemplare in tutto il mondo.

L'appuntamento europeo è nato con obiettivi ben definiti:

- Incrementare il flusso di investimenti in settori chiave quali turismo, ospitalità, economia creativa, imprenditoria e altri settori rilevanti;
- Fornire soluzioni per potenziare la crescita dell'economia globale e affrontare le sfide ambientali e sociali legate alla sostenibilità;
- Sottolineare l'importanza dei mercati finanziari e delle istituzioni nel promuovere la crescita delle PMI;
- Discutere il nuovo modello economico degli Emirati Arabi Uniti e il loro ruolo nel fornire nuove opportunità di business per le compagnie italiane ed europee;
- Sottolineare il ruolo cruciale e attivo della regione mediterranea nel rafforzare le relazioni economiche tra la regione del Medio Oriente e l'Europa;
- Enfatizzare l'importanza di adottare tecnologie emergenti e di creare relazioni proficue che portino a nuove opportunità di investimento.

L'enorme successo della prima edizione ha fatto sì che EFG Consulting e il Ministero dell'Economia emiratino confermassero la loro partnership, scegliendo nuovamente Milano come sede dell'appuntamento

europeo. Le riflessioni della seconda edizione di Investopia Europe si sono sviluppate sul tema **Dare forma agli investimenti e business futuri**. Cinque i temi su cui i relatori hanno avuto modo di confrontarsi: Incentivare la crescita investendo nelle economie creative; Ambire ad orizzonti globali: strategie di internazionalizzazione per le imprese; Innovazione ed investimenti come leve per la competitività nel turismo e nell'ospitalità; Una straordinaria opportunità di Investimento: sostenibilità e crescita verde; Accelerare il successo: sbloccare le opportunità di investimento nelle PMI. E proprio su tali tematiche alcuni dei più importanti leader d'impresa italiani si sono confrontati, offrendo la loro vision e la loro esperienza aziendale per provare a delineare - in uno scambio dinamico e stimolante - i più rilevanti trend d'investimento e le migliori strategie da adottare.

Toni Scervino, CEO di Ermanno Scervino: "Il Made in Italy è un marchio bellissimo e un valore aggiunto, ma non è perenne. Richiede coltivazione e consapevolezza, soprattutto tra le giovani generazioni, per garantire che la sua eredità perduri. [...] La bellezza del prodotto è data per metà dalla sua qualità. Per questo motivo, l'importo creativo di chi le produce risulta fondamentale."

Alfonso Dolce, CEO di Dolce & Gabbana: "Senza il sogno, senza la passione, senza il know-how, non avremmo mai potuto esportare il Made in Italy; tutto questo è ciò che ci caratterizza. [...] La nostra eredità culturale, tramandata attraverso le generazioni da varie popolazioni e dinastie, è un tesoro di storia che stiamo rivivendo nella mostra di Dolce & Gabbana."

Giampiero Schiavo, CEO di Castello SGR: "Quello che è necessario in Italia, per quanto riguarda l'abito turistico, è un rinnovamento del nostro patrimonio culturale; anche con una piccola implementazione potremmo innalzare significativamente il nostro PIL e la nostra reputazione globale. [...] Attualmente, le catene alberghiere rappresentano solo il 5% del fornitura complessiva in Italia, nonostante questo, avere le maggiori catene nel nostro paese porta a degli inevitabili vantaggi"

Sergio Dompé, Presidente esecutivo Dompé farmaceutici: "Il concetto cardine dei giorni nostri è l'internazionalizzazione. Nel 2024 ogni prodotto, anche il più artigianale e specifico, deve possedere un respiro internazionale [...] La digitalizzazione ha avuto un impatto significativo nell'industria farmaceutica; questo impatto non può che essere incrementato dall'Intelligenza Artificiale."

Antonio De Matteis, CEO Kiton e Presidente Pitti: "Durante gli anni della pandemia, in cui era difficoltoso spostarsi e occuparsi degli affari, le strutture all'estero di Pitti sono state fondamentali per limitare l'impatto economico della crisi pandemica. [...] L'innovazione del prodotto e la qualità dello stesso sono la leva per il commercio internazionale. Queste caratteristiche devono però essere accompagnate da un supporto e una formazione continua."

Andrea Delfini, Presidente e CEO di Blastness: "E' importante che anche l'industria dell'hôtellerie cavalchi l'onda della digitalizzazione perché solo in questo modo può godere dei vantaggi e delle opportunità del moderno mercato globale. [...] La pandemia ha accelerato globalmente l'attitudine al digitale, impattando significativamente il settore del turismo negli hotel."

Stefano Barrese, Responsabile della Divisione Banca dei Territori, Intesa Sanpaolo: "Le PMI italiane si stanno interfacciando con una transizione generazionale. Un fondo di investimento per la successione generazionale sarà essenziale per mantenere le PMI nello status di propulsione economica della penisola. [...] Il tempo è una caratteristica chiave affinché le PMI possano cogliere le opportunità degli investitori esteri."

Zouheir Sabra, CEO di Beeah Capital: "Nonostante tra i paesi esistano dei confini, spesso contestati e oggetto di discordie, quando si tratta di sostenibilità questi confini scompaiono. Tutto e tutti sono alleati verso il comune obiettivo della crescita verde e della sostenibilità. [...] Mentre il sostegno governativo è fondamentale per la salvaguardia delle compagnie, la partnership globale è cruciale per l'abbattimento dei confini, specialmente se ci si riferisce agli sforzi fatti in ambito di sostenibilità."

Veronica Squinzi, CEO di Mapei: "Edifici ed infrastrutture dovrebbero essere costruiti in maniera sostenibile per minimizzare la spesa e l'impatto del futuro smaltimento o della futura restaurazione."

Massimiliano Di Silvestre, Presidente e CEO di BMW Italia: "Noi come azienda abbiamo una visione chiara della mobilità presente e futura; questa deve essere circolare e digitale, guidata dall'obiettivo ultimo del

taglio delle emissioni.”

Carlo Capasa, Presidente della Camera Nazionale Moda Italiana: “La chiave del successo delle Industrie Creative sta nell’investire nel futuro delle nuove generazioni. A loro bisognerebbe dare l’opportunità di crescere e di creare prodotti di qualità di cui poter andare fieri. [...] Gli artigiani dovrebbero strizzare l’occhio alla modernità e i distretti dovrebbero mirare alla digitalizzazione.”

Un’ulteriore novità di questa edizione è stata l’inserimento di un pomeriggio dedicato alle round table, uno spazio appositamente progettato per facilitare lo scambio tra i vari attori del panorama imprenditoriale e degli investimenti. Qui hanno preso corpo le attività di matchmaking e la condivisione delle opportunità di business e di investimento reali, con l’obiettivo di connettere imprenditori e investitori da Cipro, Italia, Malta, Portogallo e Emirati Arabi Uniti, rendendoli i protagonisti di ogni sessione.

I dati di chiusura sottolineano quanto la piattaforma emiratina sia interessante e accattivante per il mondo economico italiano ed europeo. Ben **700 partecipanti** tra imprenditori, manager ed investitori, **50 speaker**, **6 ministri italiani e stranieri** - Urso, Giorgetti, Santanché, Al Marri (EAU), Papanastasiou (Cipro), Schembri (Malta) e un viceministro (Valentini) - hanno preso parte a questa edizione. Sono numeri che dimostrano il successo della manifestazione ed il desiderio di molte aziende italiane di trovare nuovi mercati di sbocco e investitori, oltre che avere allargare il proprio networking per fronteggiare l’attuale contingenza economica e geopolitica, trasformando le sfide globali in opportunità.

### **Interscambi tra Italia ed Emirati Arabi Uniti**

Ad oggi, negli Emirati Arabi Uniti sono presenti oltre 600 imprese italiane; nel 2023 le esportazioni dall’Italia agli Emirati Arabi Uniti hanno visto una crescita del 10,9% rispetto al 2022, con un valore totale di 6,7 miliardi di euro. I primi mesi del 2024 stanno proseguendo con questa tendenza estremamente positiva. È un mercato che interessa e attira molto, soprattutto in una fase storica in cui le porte della Russia sono chiuse, Cina e Stati Uniti rallentano, e l’Europa ristagna. È inoltre interessante il ruolo di “ponte” che gli Emirati possono giocare per le imprese che aspirano ad investire nell’area del Golfo, in Africa e in Asia, grazie a decine di accordi commerciali bilaterali per favorire le esportazioni.

È soprattutto questo a spingere un sempre maggior numero di aziende italiane – sia grandi gruppi che PMI - a investire in questi territori. Ad oggi, le aziende italiane esportano per lo più macchinari, prodotti legati al lusso e al Made in Italy – abbigliamento, pelletteria, calzature, oreficeria e gioielli, prodotti alimentari, prodotti per la casa e prodotti chimici. Ma si fanno sempre più strada settori come il digitale, le tecnologie e il biomedicale.

L’interscambio è in continuo aumento. Gli emiratini amano il made in Italy e gli italiani perché hanno caratteristiche simili alle loro, anche nel modo di fare impresa: danno molta importanza ai legami familiari, alle relazioni interpersonali e umane, che per loro sono fondamentali anche nei rapporti commerciali.

Osservando i dati e le previsioni di crescita del Pil forniti dal governo emiratino, nel 2023 il valore aggiunto è aumentato del 3,4%, ma quello legato ai settori «Non-Oil» è cresciuto del 5,9%. Allo stesso modo, nel 2024, il Pil complessivo è atteso in aumento del 4,2%, mentre quello dell’industria Non-Oil del 4,7%, mentre nel 2025 il primo aumenterà del 5,2%, il secondo del 4,7%.

Giovanni Bozzetti – Investopia Europe