

All'Expo di Dubai▲ **Export** Gli incontri a Dubai

Il Piemonte fa affari con i clienti degli Emirati

di **Giacosa** ● a pagina 3

La missione degli imprenditori

Gioielli, orologi e mobili Il Made in Piemonte fa affari con i clienti del Golfo

di **Mariachiara Giacosa**

Marcella Casarin, insieme al marito Roberto, lavora da trent'anni sul mercato di Dubai. «Mi hanno proposto mille volte di aprire un negozio, ma ho sempre detto no», racconta mostrando i suoi gioielli: pezzi unici, realizzati nella sua azienda di Valenza. «Nel 1992 siamo arrivati a Dubai per una fiera - racconta -, ci aspettavamo un convention professionale e invece abbiamo scoperto che qui le fiere sono aperte al pubblico e così è iniziata la nostra storia. Oggi il 70 per cento del nostro fatturato si fa in questo Paese». Vent'anni fa la famiglia Casarin decise infatti di

non affidare i suoi prodotti a rivenditori o distributori, ma di puntare sulla clientela privata. «Ho clienti che ho conosciuto da bambini, ora sono diventate donne e mamme e continuano a scegliere i nostri gioielli. Le nostre sono creazioni uniche e qui l'eccellenza è molto apprezzata». La Casarin - che esporta solo a Dubai e negli Stati Uniti - è una delle sedici imprese piemontesi che sono venute a fare affari a Dubai: sono aziende dell'alta gamma, con prodotti d'eccellenza e ben posizionate sul mercato e sull'export.

Per Marco Giverso invece è la prima volta negli Emirati Arabi. La sua azienda orafa esiste dal

1920, «da quando mio bisnonno riparava gli orologi dei campanili in Valsusa». Da una quindicina d'anni la svolta: la Giverso vende solo gioielli disegnati e prodotti in casa. «L'anno scorso abbiamo iniziato ad esportare negli Usa - racconta -, quest'anno iniziamo a Dubai». Tra i buyers incontrati nel primo dei due giorni di incontri organizzati da Regione e Ceip nell'ambito della partecipazione del Piemonte all'Expo, la Giverso ha incontrato distributori e potenziali clienti. «Abbiamo tolto dalle vetrine i gioielli con forme che ricordavano le croci perché qui non piacciono. Anche le nostre creazioni con piante tropicali intre-

ciate dalle donne brasiliane non vanno. Qui piacciono creazioni con oro, brillanti e pietre preziose». Che infatti Givero espone in bella mostra. Diversamente dai business meeting convenzionali, questa volta le imprese hanno portato non solo cataloghi e listino prezzi, ma tutta la mercanzia. Maison Claire, di Quarona, nel Vercellese, realizza biancheria per la casa di pregio e ha mostrato a potenziali clienti emiratini tovaglie, lenzuola, asciugamani. «Mi chiamano la signora che copre gli sceicchi», dice ridendo l'amministratore delegato Clara Bertoli. La sua azienda è specializzata in tessuti per il letto, cuscini e piumoni. «Tutto in seta perché le donne arabe di alto lignaggio non vogliono fibre sintetiche ma solo seta sulla pelle», spiega. I piumoni poi si fanno in due pesi: più caldi per le donne e più leggeri per i mariti. L'ultima creazione è la biancheria per

la tavola di uno sceicco a forma di ferro di cavallo. Al di là dei modi di dire, quello degli Emirati è un mercato particolare: per comprare le merci, i buyers vogliono vederle. E così l'3 ricrea che produce arredi con tessuti riciclati ha portato due poltrone su cui per tutta la giornata si sono seduti distributori, architetti e interior designer. La Fim di Biandrate, uno stabilimento in Veneto e una sede in Canada, ha montato un ombrellone per mostrare i tessuti di copertura, con 25 mila combinazioni di prodotto, tutti personalizzabili. «Nel 1893 l'azienda faceva ombrelli da pioggia, di strada da allora ne abbiamo fatta. Siamo sul mercato a Dubai da una decina di anni: abbiamo i nostri tessuti in alcuni hotel, nel golf club, in alcune ville. Ho appena incontrato un contractor del Kuwait per una serie di clienti privati». Marco Visconti, dello studio di architettura torinese, punta a realiz-

zare a Dubai una fabbrica di nuova generazione e ha progetti anche ad Abu Dhabi. La Silat, specializzata in legnami e arredamento, fa lavorazioni in teak, arredo esterni e giardini, ha anche contratti in Russia, che in questo momento generano qualche preoccupazione sul futuro, ma cerca di consolidare affari tra i Paesi del golfo. Il tematico Simone Ferrero, dell'azienda novarese Incanto, ha portato due opere in mosaico. «Uso gli algoritmi per riprodurre i colori nei nostri mosaici in vetro posati a mano». La famiglia Collini, invece, è qui al gran completo. Papà, mamma, i due figli e un collaboratore. Dal 1929 a Bra l'azienda di famiglia disegna e produce coltelli artigianali e ne ha portata una dozzina per l'esposizione. È la prima volta a Dubai, dove hanno però un rivenditore online da inizio 2020, per incontrare cuochi e interior designer.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Per molti gli Emirati sono un mercato con un grande rilievo ormai da decenni. Ma c'è chi ha iniziato a esportare durante la pandemia.

► **In mostra a Dubai**

Alcuni compratori osservano le vetrine della Casarin, storica azienda dei gioielli di Valenza



SEDICI AZIENDE DI ALTA GAMMA NEGLI EMIRATI ARABI PER INCONTRARE IMPRENDITORI E GRUPPI D'AFFARI

Biancheria, penne, preziosi e arredi il lusso piemontese in mostra a Dubai

Si punta a un mercato che oggi vale circa 250 milioni l'anno: "Qui vogliono cose esclusive"

CLAUDIALUISE
INVIATA A DUBAI

Biancheria da letto in pura seta, rubinetteria d'oro personalizzabile su misura, gioielli unici e penne di diamanti. Il lusso piemontese si presenta a Dubai con sedici piccole e medie imprese del settore dell'Alta Gamma che, dopo il debutto di ieri, anche oggi hanno in programma incontri d'affari con controparti dell'area del Golfo grazie al progetto di "Internazionalizzazione della Filiera" promosso dalla Regione Piemonte e finanziato con i fondi europei Por-Fesr 2014-2020.

Due giorni serrati di incontri: sono stati organizzati, infatti, 150 appuntamenti con 80 buyer provenienti, oltre che dagli Emirati Arabi, anche da Bahrain, Oman, Arabia Saudita, Qatar. Un modo, per le aziende, di conoscere importatori interessati alla qualità e allo stile dei prodotti italiani, per stringere ac-

cordi commerciali con distributori, ma anche per incontrare privati che possono scegliere oggetti personalizzati. Ed è proprio questa la clientela che affolla la biblioteca dell'hotel Waldorf Astoria, la location scelta dalle aziende per mettere in mostra i propri prodotti ma soprattutto per raccontare la storia e la tradizione che c'è dietro ogni azienda familiare italiana.

Presenti anche studi di architettura e interior designer dell'area del Golfo che possono scegliere le aziende piemontesi dell'arredamento per i propri allestimenti.

Le sedici aziende arrivano praticamente da tutte le province: da Torino arrivano gli impianti di illuminazione della Creative Cables, le penne di Aurora, le creazioni della Giverso Gioielli, le proposte dello Studio MVarchitects, gli arredi per esterni della Silat e i tessuti per arredamento della Simta. Da Vercel-

123,6

Il valore dell'export
piemontese a Dubai
nei primi sei mesi
dell'anno scorso

97,9%

La quota dell'export
costituita da prodotti
delle attività
manifatturiere

li, la Maison Claire di Quaronna specializzata in biancheria da casa, tendaggi e tessuti per l'arredamento. «Facciamo tutto su misura -racconta Clara Bertoli, che da anni lavora per le famiglie emiratine più importanti -. Oggi le persone vogliono avere cose esclusive. Lavorare per chi vuole il top è molto dura ma queste sono le realtà che resistono battendo la concorrenza globale».

Anche Roberto Casarin, orafo di Valenza, è ormai una presenza fissa negli Emirati. «Ho rapporti commerciali con Dubai da trent'anni, abbiamo soprattutto clienti privati. Ho visto le bambine crescere, diventare mamme e scegliersi i loro gioielli. Per noi questo mercato vale il 70% del fatturato», racconta. E sempre passeggiando tra le aziende, c'è anche la Giulini di Novara che produce i rubinetti in oro o in qualsiasi altro metallo prezioso si

desiderino.

Nel 2020, secondo gli ultimi dati disponibili della Camera di Commercio, il Piemonte ha esportato negli Emirati Arabi 211,2 milioni di euro con un calo del 19,2% rispetto al 2019 che si era chiuso con 261,3 milioni di euro. Nei primi sei mesi del 2021 la regione aveva già esportato per 123,6 milioni di euro, in netta crescita rispetto allo stesso periodo del 2020 che si era chiuso con 102,1 milioni. Il 97,9% dell'export è costituito da prodotti delle attività manifatturiere: esportiamo principalmente macchinari (22,3%), prodotti alimentari (22,1%), prodotti tessili e abbigliamento (15%), prodotti chimici (7,6%) e mezzi di trasporto (6,2%). Siamo la quinta regione italiana per export negli Emirati Arabi Uniti e incidiamo per il 5,3% sull'export nazionale. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Uno degli incontri delle aziende piemontesi con i buyer a Dubai



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



Il Piemonte a caccia di affari per imprese eccellenti a Dubai
Dal green ai rubinetti in oro

a pagina 8

IL FATTO Sedici imprese a Dubai in cerca di acquirenti per i prodotti esclusivi o di investitori per nuovi business

Rubinetti d'oro o fabbriche ecologiche

Il Piemonte insegue affari negli Emirati

Quello che si può immaginare si può realizzare, e chi ci riesce ha il mercato assicurato. Nel mercato d'alta gamma, in fondo, funziona così. Come i rubinetti d'oro nelle sfarzose dimore di emiri e miliardari della new economy, oppure i mosaici non solo per il fondo di una piscina ma anche per la facciata di un grattacielo: «Li progetto usando modelli matematici» dice Simone Ferrero. È il bello del «luxury brand» e rappresenta un settore in continua crescita per le imprese piemontesi. Come dimostrano gli uomini in dishdasha e kefiyah bianche che, al Waldorf Astorf di Dubai, osservano rapiti le teche con i gioielli made in Piemonte, oppure controllano la qualità dei tessuti, mentre imprenditori mediorientali in vistosi completi soppesano gioielli e

anelli di brillanti. Sono sedici le imprese piemontesi arrivate a Dubai per due giorni di incontri, «b2b» è il termine tecnico, sorte di speed date dove incontrare acquirenti, investitori, petrodollari, oro, bitcoin, occasioni da Emirati, Qatar, Arabia. Alessio Creola della novarese Giulini, per esempio, è l'uomo che vende i rubinetti d'oro agli arabi: «Ecco qua e questo è anche una buona occasione, solo 540 euro, realizzato in un bagno galvanico d'oro» dice mostrando un miscelatore. E il catalogo prevede la possibilità di realizzare rubinetterie in tutti i colori dell'arcobaleno e non è un modo di dire. Questa clientela va accontentata. Esclusività e sapienza artigianale. I materiali migliori, come quelli di Clara Bertoli della Maison Claire. Oppure

quelli impiegati dalla Creative Cables di lungo Dora Colletta, a Torino: la sua specialità sono i cavi elettrici, si proprio i cordoni e cordoncini di lampadari e abat jour da realizzare in ogni forma e colore, facendoli divenire pezzi di arredamento personalizzato: «Lavoriamo molto con interior designers che cercano il particolare da realizzare su misura». Ai tavolini del Waldorf Astoria vanno e vengono uomini d'affari, anche imprenditori italiani espatriati che cercano nuovi partner, per i quali i mercati arabi possono essere un'occasione dopo la pandemia. Lo dice Alessia Collini, della coltelleria di famiglia: suo fratello progetta e lei trova i nuovi mercati. «In pieno Covid cercavo proprio qualcosa di nuovo e ho trovato qui a Dubai un uomo d'affari

con la passione per i coltelli artigianali. Ora è il nostro rivenditore. Ci sono chef di alberghi di lusso che vogliono solo coltelli unici, realizzati appositamente, come i nostri». Il prodotto si vende, l'idea si propone: progetti, design hanno bisogno di partner, collaboratori locali in cerca di nuove soluzioni. Marco Visconti è specializzato in architettura sostenibile: studio in corso Massimo, ha realizzato fabbriche e strutture per Ferrari e Lavazza e negli Emirati ha pronto il progetto per una fabbrica versatile «nel senso che può variare il suo uso con pochissime modifiche, perché da queste parti capita costantemente. Anche questa è sostenibilità» dice, spiegando il suo concetto di energie pulite e attenzione all'ambiente «che devono far parte delle nuove strutture».

Andrea Monticone