

La moda corre a Dubai

Dallo show cruise di Giorgio Armani al progetto immobiliare griffato Elie Saab, fino all'acquisizione di Cavalli da parte di Damac. La metropoli si prepara a un Expo 2020 nel segno del fashion. Secondo McKinsey, i Paesi del Golfo muovono un business nel comparto da 50 miliardi di dollari

Expo 2020 Dubai è alle porte e la moda è già in pole position. La dinamicità nel mercato degli Emirati Arabi Uniti è testimoniata dalla performance delle vendite del comparto abbigliamento, che hanno raggiunto i 12,3 miliardi di dollari nel 2018 (pari a circa 11,1 miliardi di euro al cambio di ieri), mettendo a segno una crescita del 4,8% nel 2018, secondo una ricerca della Dubai Chamber and industry su dati Euromonitor. L'analisi prevede anche un'ulteriore «forte crescita» per il periodo 2019-23 e sottolinea quanto gli Emirati siano un kick-off per i marchi per l'espansione nel Middle East e nel Nord Africa. Le prospettive future indicano l'accelerazione nell'omnichannel, che renderà l'industria competitiva, nei confronti dei retailer tradizionali. Lo scenario di vivacità commerciale si estende a tutti gli Stati del Golfo Persico riuniti sotto il Gulf cooperation council, che conta oltre agli Uae, l'Arabia Saudita, il Bahrein, Kuwait, Oman e Qatar. Il fatturato derivante delle vendite annuali di moda di tutti questi mercati ammonterebbe nel suo complesso a 50 miliardi (pari a circa 45,2 miliardi di euro) secondo il report *The State of fashion* realizzato da McKinsey & company. La ricerca



Peso:1-52%,2-16%



L'IMMAGINE DI DOWNTOWN DUBAI

tratteggia in prima linea l'avanzamento del digitale, che porterà le aziende di moda mediorientali a cimentarsi con piattaforme e social media, allargando i propri confini e diventando nuovi esportatori, e non più importatori, di tendenze. Oggi la penetrazione

di Internet negli Emirati ha raggiunto il 99%, rispetto al 57% legato alla Cina, pertanto l'e-commerce è previsto in crescita del 40% ogni anno per i prossimi cinque. Nella distribuzione, le partnership con i player locali continueranno ad avere un ruolo im-



Peso:1-52%,2-16%

portante, grazie a colossi come **Al Tayer**, **Azadea** e **Chalhoub**. Inoltre, la spesa in alcuni dei Paesi del Golfo rimane tra le più alte su base pro capite a livello globale. Se l'Arabia Saudita sta maturando rapidamente, Dubai si conferma capitale commerciale della regione, grazie al supporto dei mall. Ed è pronta ad acquisire ancor più rilievo con **Expo 2020**. L'esposizione universale, in calendario dal 20 ottobre al 10 aprile 2021, punta ad attirare 25 milioni di visitatori. Il Padiglione Italia, progetto ideato da **Cra-Carlo Ratti associati**, **Italo Rota building office**, **Matteogatto & associati** e **F&M ingegneria**, simboleggerà un viaggio figurativo fatto da tre barche, rappresentanti l'esplorazione del riciclaggio, della circolarità e dell'architettura riconfigurabile digitalmente. La relazione del Belpaese con gli Emirati è emersa anche dall'ultima indagine della **Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi** e di **Promos Italia** su dati **Istat**, secondo la quale l'interscambio lombardo con l'Uae nei primi sei mesi del 2019 si è attestato a 646 milioni di euro, di cui oltre 600 solo di export, e per il 15,6% rappresentato dall'abbigliamento. Milano si è posizionata seconda dopo Arezzo e ha aumentato le esportazioni nel periodo in esame del 2,6%. Per incentivare

il dialogo, lo scorso mese **Regione Lombardia**, **Unioncamere** e **Promos Italia** hanno inoltre portato 21 realtà lombarde a Dubai, tra cui tre di cosmetica. «La Lombardia è la prima regione italiana nei rapporti commerciali con gli Emirati arabi uniti (con un quinto del totale italiano che è di 2,6 miliardi, ndr) e con questa missione vogliamo consentire alle aziende partecipanti di porre le basi commerciali con le imprese di Dubai», ha sottolineato **Fabrizio Sala**, vice-presidente di Regione Lombardia. Tra le iniziative Made in Italy c'è Italian fashion verso Dubai 2020, un progetto di internazionalizzazione dedicato alle aziende moda emiliano-romagnole finanziato dall'Emilia Romagna, per avvicinarle all'area commerciale araba e studiare un successivo accesso a Expo 2020. **Roncucci & partners** advisor supporta lo sviluppo come advisor, mentre il **Centergross Bologna** è partner imprenditoriale. (riproduzione riservata)

Alice Merli



Peso:1-52%,2-16%