

## VISTA DAL GOLFO PERSICO: SU “PROGETTO MANAGER” L’INTERVISTA ALL’AMBASCIATORE LENER

ROMA\ aise\ - “Gli Emirati Arabi Uniti (EAU), un Paese dinamico che mira a proporsi come rappresentante di un mondo arabo in crescente evoluzione. Con un evento strategico da gestire, l’Expo 2020, rinviato di un anno a causa della pandemia. Dal 1° ottobre 2021 al 31 marzo 2022, Dubai sarà la finestra che gli Emirati apriranno sul mondo. Sei mesi in cui il Paese sarà il crocevia del confronto planetario, con un claim ambizioso: “Connecting minds, creating the future”. Per parlare dei rapporti culturali e commerciali che legano il Paese all’Italia e della grande sfida dell’Expo, Progetto Manager incontra Nicola Lener, Ambasciatore d’Italia negli Emirati Arabi Uniti, dopo una carriera diplomatica con ruoli di primissimo piano in Perù, Giordania, Marocco, Canada e presso la Direzione generale per la promozione del sistema Paese della Farnesina”. Ad intervistare il diplomatico è stato Antonio Soriero per “Progetto manager”, il mensile di Federmanager, l’Associazione maggiormente rappresentativa nel mondo del management presieduta da Stefano Cuzzilla. Ne riportiamo di seguito la versione integrale. “D. Partiamo dalla notizia di questi giorni: il lancio della sonda emiratina Al-Amal (“Speranza” in italiano) verso Marte. Un segnale tecnologico e simbolico davvero importante. R. Il lancio della sonda Al-Amal è motivo di grande orgoglio per gli Emirati, il primo Paese arabo a inviare una sonda con destinazione Marte. La spedizione prevede inoltre che Al-Amal raggiunga il pianeta nel corso del 2021, anno fortemente simbolico perché si festeggerà il cinquantenario della nascita degli Emirati Arabi Uniti, datata 2 dicembre 1971. Il lancio della sonda evidenzia il ruolo degli Emirati in rapporto all’intero mondo arabo, come Paese capofila dell’innovazione, e le scoperte realizzate nell’atmosfera di Marte saranno messe a disposizione dell’intera comunità internazionale. In questo senso, l’Ambasciata sta organizzando un incontro tra l’Agenzia spaziale emiratina e l’Asi per uno scambio di informazioni sui primi dati registrati dalla spedizione. D. Torniamo adesso sulla terra. Gli Emirati rappresentano una meta importante per il nostro export, di che numeri parliamo? R. In generale, è un Paese rilevante per l’export italiano. I numeri parlano chiaro: nel 2019 l’interscambio tra l’Italia e gli Emirati Arabi è stato pari a 5,5 miliardi di euro, di cui 4,6 miliardi di nostre esportazioni a fronte di 900 milioni di importazioni dagli Emirati. Vantiamo quindi un avanzo commerciale di 3,7 miliardi di euro, determinato dalla grande domanda di prodotti italiani. Dai beni di consumo ai macchinari industriali alla componentistica che sostiene la diversificazione promossa in settori come quello energetico. Siamo il secondo esportatore europeo negli EAU dopo la Germania e questo posizionamento potrà rafforzarsi anche grazie ad alcuni recenti partenariati strategici con le nostre aziende. In primis l’Eni, che ha stretto importanti accordi con l’Abu Dhabi national oil company (Adnoc) riguardanti l’intera filiera dell’oil and gas, dall’upstream fino alla raffinazione e distribuzione. A questi accordi ha fatto seguito l’acquisizione del 49% di Adnoc Gas pipelines da parte di un consorzio internazionale di cui fa parte, come unico socio industriale, l’italiana Snam. Ma non c’è solo l’industria. Gli Emirati sono attratti dalla cultura del nostro Paese: per questo la Farnesina ha deciso di aprire, ad Abu Dhabi, il primo Istituto italiano di cultura della penisola arabica, un asset decisivo per le relazioni tra i due Paesi e per la nostra proiezione culturale regionale. D. E poi c’è l’apprezzamento per i beni di consumo di qualità, le icone del made in Italy. Piacciono ancora tanto? R. Assolutamente sì. È l’Italia delle “3 F”, fashion, food e furniture, che piace perché esprime la nostra capacità di realizzare il bello. Anche per questi settori, l’obiettivo principale post pandemia è innanzitutto quello di mantenere le nostre quote di mercato negli Emirati. I prodotti che gli EAU importano dall’Italia, nel complesso, ci posizionano con una quota di mercato del 2,8%. Sarà importante mantenerla perché l’effetto Covid ha causato una forte contrazione della domanda di beni di importazione. L’e-commerce ha rappresentato un’alternativa solo parziale al tradizionale flusso di merci e le aziende italiane dovranno impegnarsi per rimanere competitive. Con l’Agenzia Ice abbiamo in programma iniziative per valorizzare i canali digitali e sostenere le aziende nella realizzazione di rapporti di lungo periodo con gli Emirati. L’idea non deve essere quella di arrivare qui, vendere e andarsene. Bisogna saper investire ed è necessario essere strutturati per un mercato come questo, che ha le sue complessità. D. Crescono le aspettative legate all’Expo. Sarà un’opportunità fondamentale per le aziende e più in generale per il sistema Italia? R. Sì, Expo Dubai si propone come una piattaforma allestita per presentare le capacità di ciascun Paese di realizzare innovazioni per affrontare le sfide globali. Il filo conduttore sarà la connettività, declinata nei tre temi portanti della rassegna: opportunità, mobilità e sostenibilità. Sarà la prima Esposizione universale ospitata nell’area Menasa (Medio Oriente, Nord Africa, e Sud Asia), una macroregione popolosa e dinamica. Alla rassegna parteciperanno tantissimi paesi, ma l’obiettivo di registrare 25 milioni di visitatori non sarà facile da raggiungere, perché potrebbe farsi sentire l’onda lunga della pandemia. Sarà quindi un Expo con una forte dimensione fisica, integrata però da esperienze da vivere virtualmente. Noi ci stiamo preparando con il padiglione italiano, coordinato e organizzato dal Commissariato generale guidato da Paolo Glisenti. La struttura del padiglione è in fase di ultimazione e ospiterà contenuti sviluppati in tutti i settori in cui emerge la capacità italiana di innovare. Le nostre eccellenze non saranno solamente esposte, ma anche raccontate attraverso attività di carattere educativo. Il tutto all’interno di una struttura architettonica pensata nel rispetto della sostenibilità: il percorso del padiglione, ad esempio, non avrà l’aria condizionata, perché la temperatura interna sarà regolata con l’utilizzo di speciali materiali e di sistemi

avanzati per la circolazione dell'aria. Sul piano bilaterale, l'Ambasciata sta organizzando un percorso di avvicinamento all'Expo che prevede attività dedicate alle opportunità di collaborazione tra Italia ed Emirati nei settori ad alta intensità di innovazione, come cybersecurity, economia circolare, spazio, biotecnologie, tecnologie agricole ed energie rinnovabili, con la partecipazione di aziende, università e centri di ricerca. E proprio il settore delle energie rinnovabili testimonia la lungimiranza degli EAU che, pur essendo tra i principali produttori di idrocarburi, hanno deciso di ospitare l'Agenzia internazionale per le energie rinnovabili (Irena), peraltro diretta in questo momento dall'italiano Francesco Lacamera.D. Insomma, gli italiani si fanno valere sempre e le nostre competenze manageriali interessano a qualunque latitudine.R. Certamente, i nostri manager vengono frequentemente contattati dalle società emiratine. Basti pensare che una delle posizioni di vertice di Adnoc era ricoperta fino a poche settimane fa da un italiano, che italiani sono l'Ad della Etihad credit insurance (Eci, equivalente alla nostra Sace) e vari funzionari con importanti responsabilità in enti e società governative, tra le quali Mubadala, uno dei due fondi sovrani emiratini. In questo mercato i professionisti internazionali sono giudicati su competenze e capacità e vi è grande apprezzamento per i nostri manager. Per questo ai professionisti italiani interessati agli EAU consiglio di puntare su competenza, affidabilità e specializzazione". (aise)