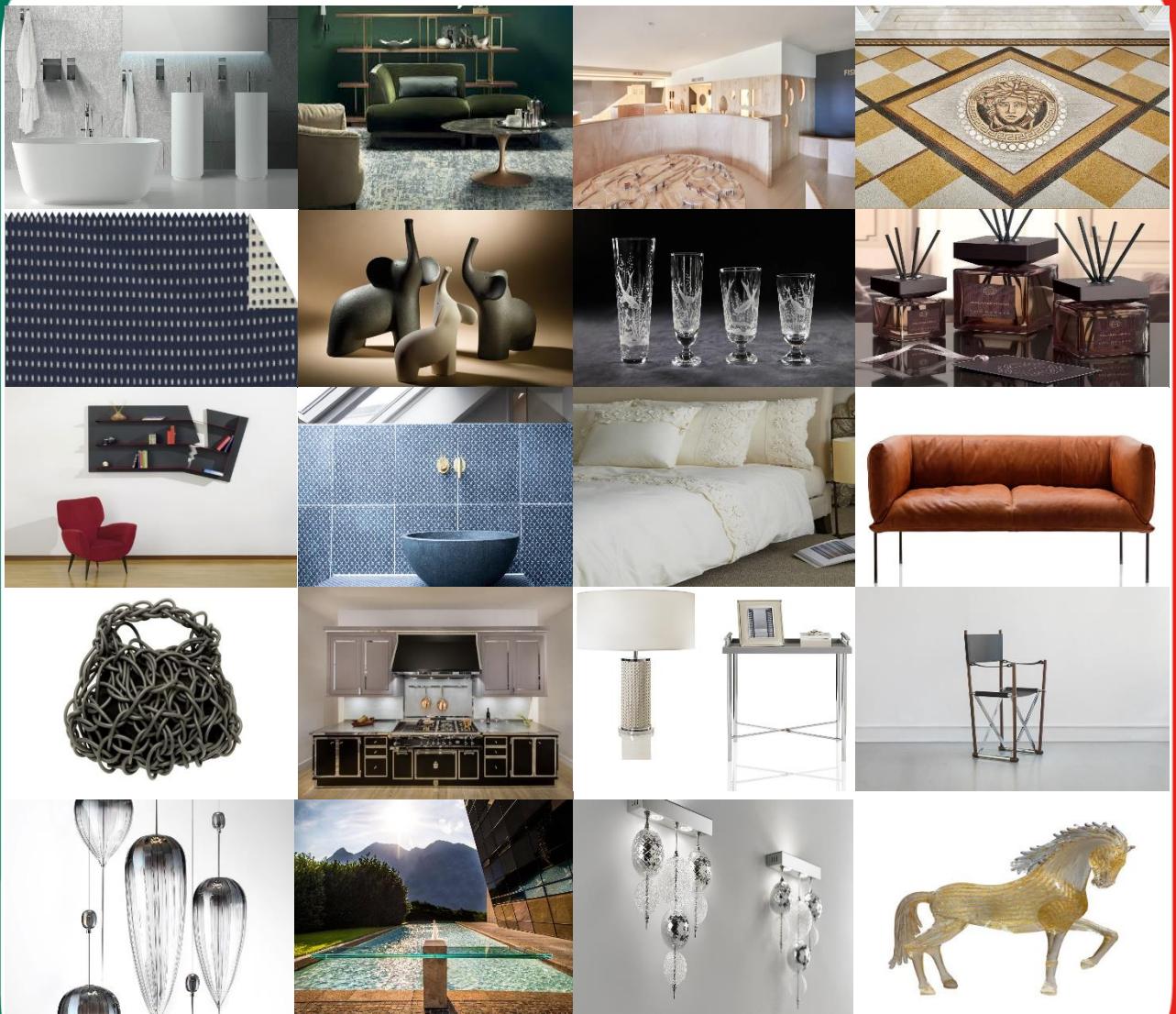


Il settore dell'arredamento di interni nell'area del Golfo e negli EAU



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Italian Trade Commission
Trade Promotion Office of the Italian Embassy

Ufficio di Dubai
novembre 2018

INDICE

Quadro generale del settore del mobile nell'area del Golfo	2
Il settore del mobile negli Emirati Arabi Uniti	8
Le importazioni di mobili negli Emirati Arabi Uniti	13
I canali e le strategie distributive	15
La presenza italiana	20
Il settore dell'illuminazione	22
Il settore dei complementi di arredo	25
Principali fiere e manifestazioni di settore negli EAU	28

QUADRO GENERALE DEL SETTORE DEL MOBILE NELL'AREA DEL GOLFO

Malgrado un contesto regionale che presenta diverse criticità a causa dell'instabilità di paesi quali la Siria e la Libia, della crisi tra Qatar e gli altri stati arabi e di conflitti più o meno latenti come quello israelo-palestinese, l'area del Golfo rappresenta un mercato molto interessante per le aziende italiane. Si tratta di un mercato che ha conosciuto una rapida espansione negli ultimi anni, la cui popolazione cresce velocemente ed è costituita da consumatori con elevato potere d'acquisto. Il consumo è inoltre sostenuto da un andamento positivo dell'attività edilizia che ha ripreso a crescere e che genera una robusta domanda di arredo sia per uso residenziale che non residenziale.

Pur in presenza di sfide legate alla forte incertezza geo-politica e macroeconomica, il recente nuovo rialzo delle quotazioni petrolifere internazionali ha stimolato le dinamiche di crescita economica dei paesi della regione favorendo un discreto incremento del grado di fiducia di famiglie e di imprese.

La produzione locale di mobili è relativamente poco sviluppata e il mercato è fortemente aperto all'importazione di prodotti esteri. L'area ha assorbito complessivamente circa 4,3 miliardi di prodotti importati. L'Italia gioca un ruolo fondamentale ma la concorrenza si intensifica, sia fra i fornitori tradizionali sia a causa del crescente ruolo della Cina. Inoltre, anche i produttori locali stanno manifestando dinamiche di crescita, grazie alle numerose opportunità offerte dal mercato.

Il mercato del mobile dell'area del Golfo (paesi GCC) vale 6 miliardi di dollari ai prezzi alla produzione (considerando il markup applicato mediamente ai prezzi di vendita , il consumo ai prezzi al dettaglio raddoppia).

L'area del Golfo rappresenta solo l'1,5% del mercato mondiale ma il consumo in quest'area è cresciuto in maniera significativa negli ultimi anni, registrando un tasso di crescita medio annuo del 10%.

Le prospettive future sono comunque positive. Nel 2017 nonostante le tensioni geopolitiche in atto si e' verificata una crescita dei consumi intorno al 2% in termini reali contro una media mondiale del 3%, mentre nel 2018 si stima una nuova lieve accelerazione del tasso di crescita del mercato interno.

La previsione di un andamento positivo del mercato è sostenuto da una dinamica favorevole di tutte le principali determinanti della domanda: la popolazione, il potere di acquisto dei consumatori e gli investimenti in edilizia.

L'area, che ospita 54 milioni di abitanti (32,3 milioni circa in Arabia Saudita), è infatti connotata da un forte tasso di incremento della popolazione, uno dei più elevati al mondo. Fra le determinanti, la capacità dell'area di attrarre immigrazione ha avuto un ruolo fondamentale (ad esempio negli Emirati Arabi Uniti), ma anche la stessa dinamica della componente nazionale ha dato il suo contributo (ad esempio in Arabia Saudita).

Altro fattore peculiare dell'area è la giovane età della popolazione. Con un'età mediana di circa 30 anni, essa è costituita prevalentemente da abitanti giovani e da una quota di ultra sessantacinquenni ben al di sotto della media mondiale.

Il potere d'acquisto di questi consumatori è aumentato notevolmente nell'ultimo decennio. Il consumo annuo pro capite di mobili è stato di circa 112 US\$ nel 2016 (su scala globale 179 è la media dei paesi ad alto reddito e 40 di quelli a reddito medio basso). Esistono notevoli differenze sia fra i paesi sia all'interno dei paesi stessi.

Lo sviluppo dell'edilizia è un altro motore che ha trainato il consumo di arredamento. Vale la pena osservare che il settore residenziale rappresenta una componente fondamentale del mercato dell'arredo ma ulteriore domanda viene veicolata dal settore dell'ufficio e dal canale contract (hospitality, retail, scuole, ospedali e altri spazi pubblici).

Sebbene negli anni del boom economico il settore delle costruzioni sia stato soggetto a logiche speculative che hanno creato un eccesso di offerta e poi un rallentamento del mercato con conseguente cancellazione o dilazione di molti progetti residenziali, alberghieri, infrastrutturali e retail, la situazione sembra oggi nuovamente vitale, pur con qualche segnale di rallentamento.

Questo è avvenuto grazie soprattutto agli effetti delle politiche economiche espansive dei governi. Infatti, il più grande beneficiario del programma di spesa pubblica e di investimenti in infrastrutture, edilizia sociale e assistenza sanitaria, è stato proprio il mercato delle costruzioni, con una pipeline crescente di progetti in tutti i settori: commerciale, residenziale, ospitalità, vendita al dettaglio, educazione e sanità.

Il settore è quindi nuovamente collocato su un sentiero di crescita. Il mercato dell'interior design è trainato dal settore delle costruzioni e soprattutto dal segmento dell'ospitalità, in particolare nella fascia alta in Qatar, negli Emirati

Arabi e in Arabia Saudita. L'Arabia Saudita è il principale mercato e si stima che la spesa nell'arredo sia aumentata del 2% nel 2017.

Il residenziale e il commerciale/uffici sono i settori che hanno attratto attraggono i maggiori investimenti nel 2016 e 2017. L'edilizia residenziale, in particolare, costituisce una componente fondamentale dell'investimento in costruzioni. Le ragioni risiedono nella domanda di alloggi residenziali, in crescita a causa dell'aumento della popolazione. Inoltre i vari governi del Golfo hanno sostenuto l'implementazione di programmi di spesa per le infrastrutture sociali, tra cui i progetti di alloggi a basso costo in Arabia Saudita, di edilizia abitativa sociale negli Emirati, in Kuwait e Bahrain.

L'hospitality è il settore che si è sviluppato maggiormente nel 2017. Sicuramente trainato dagli eventi annunciati (Expo 2020 negli Emirati, Campionati Mondiali di atletica nel 2019 e World Cup 2022, entrambi in Qatar), il settore del turismo è stato uno dei segmenti su cui le politiche economiche dei governi dei paesi dell'area hanno puntato maggiormente, con investimenti ingenti in infrastrutture (aeroporti, strade, ferrovie) e strutture ricettive (hotel, resort, etc). Dubai si attende 25 milioni di turisti per Expo 2020 e anche il Qatar circa 7 milioni da qui al 2030. Si stima che nel 2018 il mercato dell'hospitality sia destinato a superare i 35 miliardi di US\$.

Educazione e sanità, sono settori che hanno sperimentato entrambi investimenti crescenti, data la maggiore attenzione da parte dei governi dei paesi del Golfo al miglioramento delle condizioni di vita della popolazione. Ad esempio, l'Arabia Saudita ha sostenuto investimenti ingenti per la costruzione

di infrastrutture volte al miglioramento del sistema scolastico e sanitario, generando ulteriore domanda di prodotti d'arredamento.

Il mercato del Golfo è un mercato aperto. Il consumo è soddisfatto in modo prevalente da prodotti di importazione. Oltre il 72% (in valore) dei mobili provengono infatti da paesi esterni all'area GCC, una media notevolmente superiore a quella mondiale (31%).

La forte penetrazione dei prodotti è causata, da un lato, dalle basse tariffe doganali applicate alle importazioni da aree extra GCC e, dall'altro, dal fatto che l'industria locale è poco sviluppata. Il limitato sviluppo della produzione locale è riconducibile a ragioni storiche e strutturali, legate, ad esempio, alla scarsità di risorse produttive, quali le foreste, ma anche alle politiche di sviluppo tradizionalmente incentrate sul settore petrolifero. L'insieme di questi ed altri fattori non ha generalmente favorito lo sviluppo della produzione locale. Il contesto è tuttavia in rapida mutazione, in particolare in alcuni paesi (Emirati Arabi).

In generale, l'import dell'area può essere scomposto in due componenti: prodotti di fascia media/medio alta e alta, provenienti da produttori tradizionali di mobili (generalmente localizzati in paesi ad alto reddito), e prodotti di fascia media/medio bassa e bassa, provenienti da produttori emergenti (generalmente localizzati in paesi a basso/medio reddito).

L'Italia è il primo fornitore del primo gruppo, essendo responsabile di oltre un terzo del rispettivo valore delle importazioni.

In termini di valori assoluti, l'area del Golfo importa dall'Italia circa 570 milioni di US\$, un valore che, dopo il calo del 2009, ha ripreso a crescere.

Seguono per importanza, gli Stati Uniti, la Germania e altri produttori europei.

Sul fronte dei paesi emergenti, la Cina è di gran lunga il principale fornitore del Golfo (oltre ad esserlo in termini assoluti) detenendo una quota del 45% circa sulle importazioni totali.

La crescita dell'import dalla Cina è stata vertiginosa, con una performance che ha superato quella di tutti i competitors, sia fra i produttori emergenti che quelli tradizionali.

Un fattore determinante nello spiegare l'evoluzione di questi flussi risiede nella struttura della popolazione di molti dei paesi dell'area. Da un lato, la costante crescita di importazioni che originano da Italia, Germania e altri paesi avanzati è indicativa della effettiva e crescente capacità di spesa di una parte della popolazione locale e degli espatriati residenti, oltre che da un generale apprezzamento per questi prodotti.

Dall'altro, la produzione di fascia bassa cinese è generalmente destinata alla popolazione meno abbiente e alla forza lavoro non qualificata immigrata nel paese che invece ha a propria disposizione budget limitati. Tuttavia, occorre notare che la distinzione non è così netta e parte della produzione cinese soddisfa anche segmenti di fascia media, laddove le esigenze di budget o di altra tipologia (ad. esempio per l'arredamento di ville ad uso locativo) lo richiedano.

IL SETTORE DEL MOBILE NEGLI EMIRATI ARABI UNITI

Il mercato del mobile degli Emirati Arabi vale 2,3 miliardi di US\$, a prezzi alla produzione (come ricordato, considerando il markup applicato ai prezzi di vendita, il mercato raggiunge circa il doppio del valore).

Alimentato da una popolazione in crescita e dall'espansione del settore edile, il consumo di mobili ha mostrato una forte crescita nel periodo 2006-2015 con un tasso medio annuo del 14%. Nel 2016 e nel 2017, complice la debolezza dell'economia interna, si è registrato un nuovo calo del mercato interno che ha interessato sia i prodotti locali che importati.

Tuttavia data l'incertezza della situazione economica generale, c'è maggiore attenzione al budget di spesa per i mobili con conseguente riduzione degli acquisti. Pertanto il 2016 e il 2017 sono stati caratterizzati da un rallentamento negli acquisti soprattutto sia nel retail che nel contract.

Una categoria trasversale ai vari segmenti è rappresentata dal contract che include diverse tipologie di mobili: dall'arredamento residenziale agli uffici, fino ad includere altri segmenti rilevanti, quali l'hospitality, il retail, la fornitura d'arredo per spazi pubblici ecc.

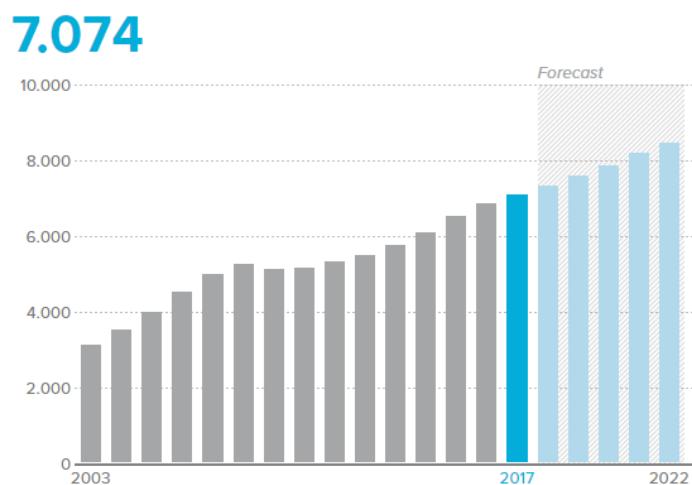
Si stima che circa il 50% del mercato sia veicolato attraverso questo canale.

Per il 2018 e il 2019, si stima una crescita nel consumo di mobili rispettivamente del 2% e del 3% (in termini reali), sostenuto da una popolazione in espansione e dallo sviluppo del settore edile, favorito in particolare dai progetti legati all'hospitality e al turismo. In tale contesto la preparazione dell'EXPO 2020 a

Dubai rappresenta un catalizzatore per la crescita nel settore delle costruzioni e dell'hospitality.

Il valore complessivo delle vendite al dettaglio di mobili per la casa ha superato i 7 miliardi di AED nel 2017 (circa 1,6 miliardi di euro), registrando un incremento del 3,5% rispetto all'anno precedente.

Valore al dettaglio delle vendite di arredamento per la casa
(milioni di AED)



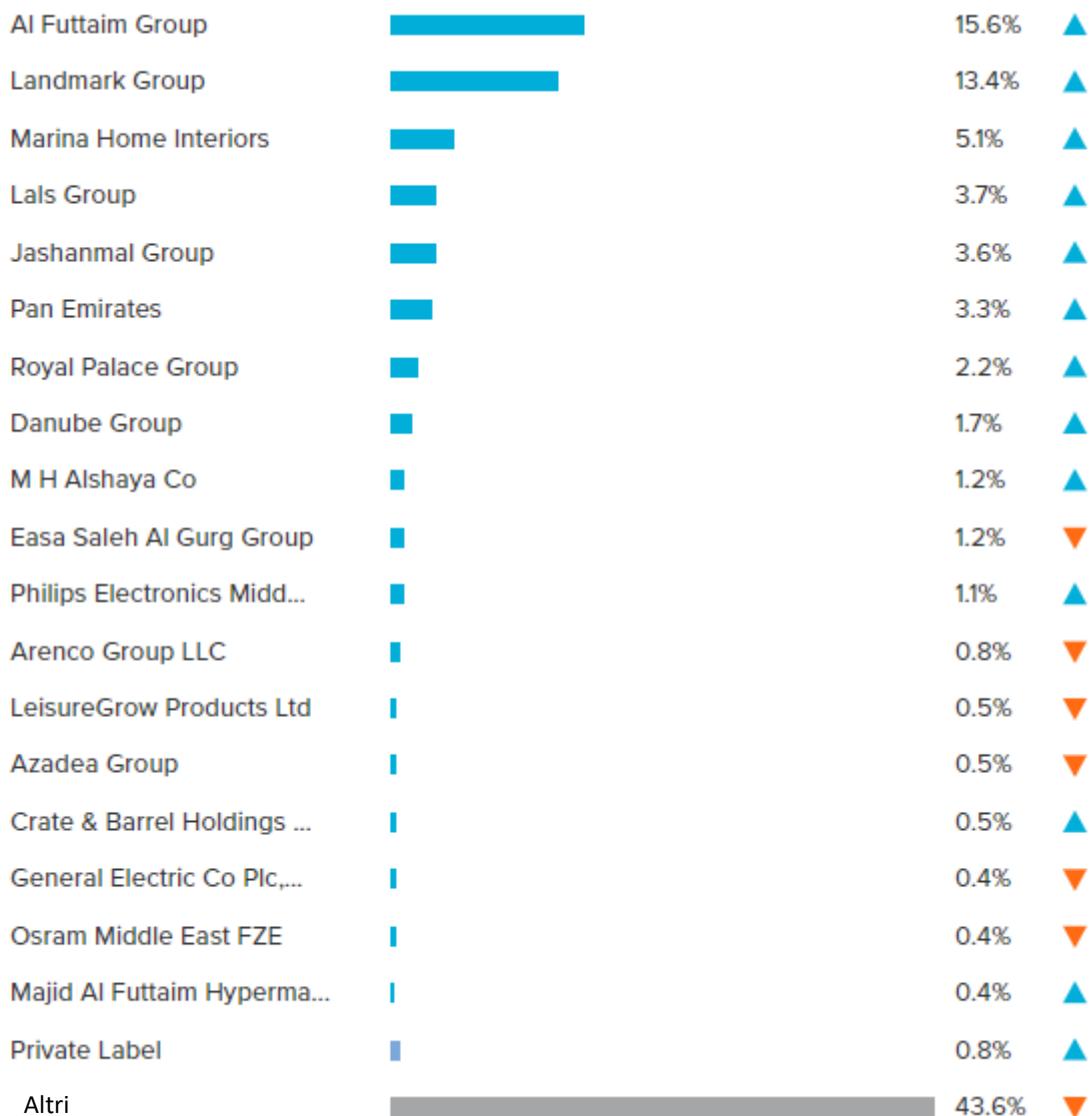
Fonte: Euromonitor international

Tassi di variazione delle vendite di arredamento casa negli EAU
(variazioni percentuali)



Fonte: Euromonitor international

Quote di mercato dei principali gruppi di distribuzione di arredamento negli EAU

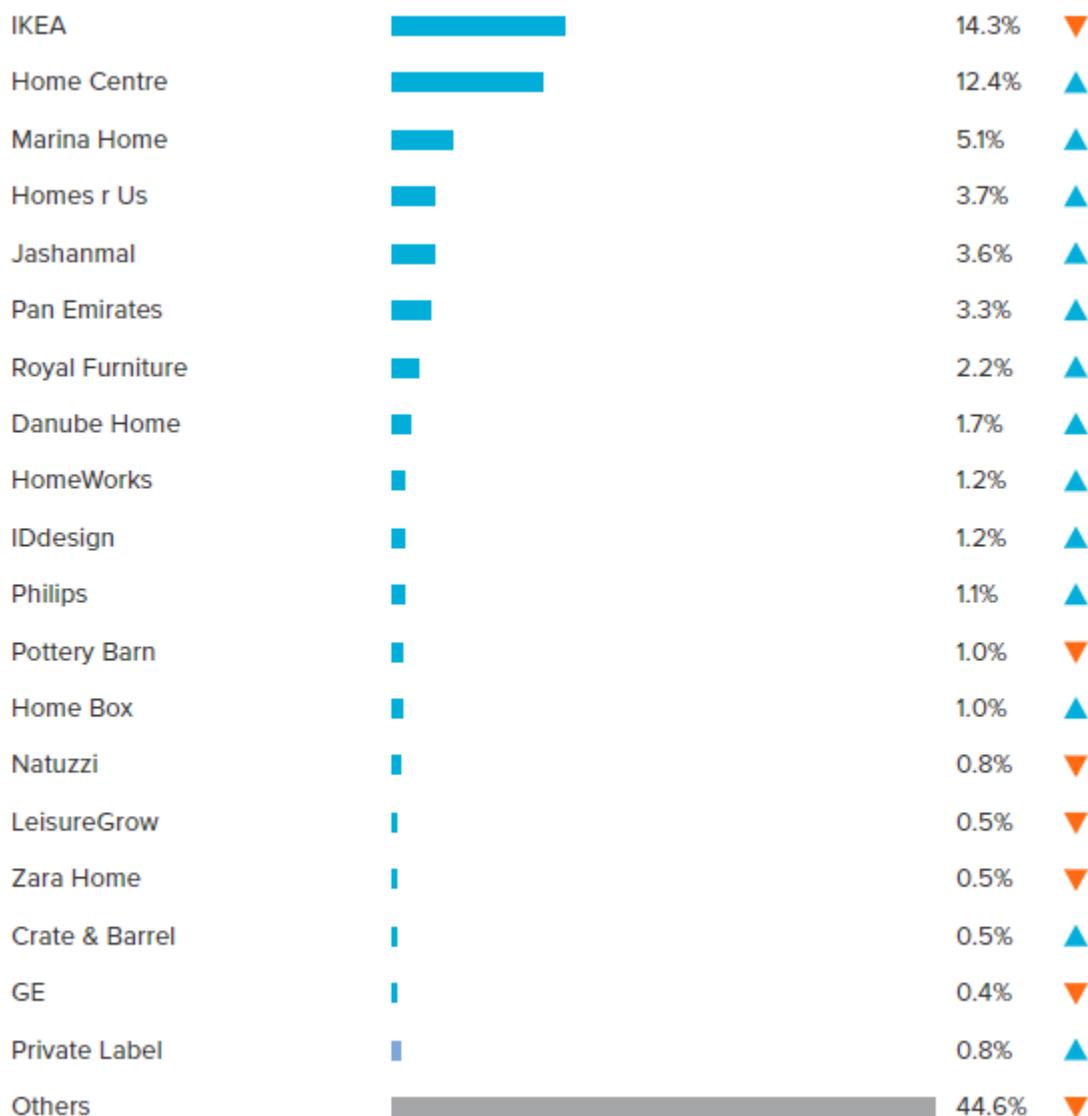


▲ quota in aumento
 ▼ quota in diminuzione

Fonte: Euromonitor international

Tra le principali catene distributive locali il Gruppo Al Futtaim e il gruppo Landmark rappresentano gli attori principali con quote di mercato rispettivamente pari al 15,6 per cento e al 13,4 per cento delle vendite mentre, a livello di marchi, Ikea e Home Center detengono quote pari al 14,3 per cento ed al 12,4 per cento del fatturato complessivo di vendita al dettaglio.

Quote di mercato dei principali marchi di arredamento negli EAU



Fonte: Euromonitor international

La produzione locale ammonta a poco più di 900 milioni di dollari e oggi soddisfa una quota piuttosto limitata del mercato (circa il 23%), seppure in crescita negli ultimi due anni.

Il valore è più che raddoppiato negli ultimi dieci anni. Tale crescita è stata favorita da molteplici fattori: un mercato in forte crescita, il boom del settore edile e politiche di diversificazione economica da parte del governo.

Inoltre varie aziende straniere hanno insediato filiali produttive nel paese per beneficiare della manodopera meno costosa e di una maggiore rapidità nei tempi di consegna.

I produttori locali godono di un particolare vantaggio competitivo in alcuni segmenti (in particolare nel contract alberghiero) grazie alla maggiore flessibilità nei tempi di consegna e alle possibilità di personalizzazione del prodotto che sono aspetti prioritari per i clienti. L'hospitality (dalle camere degli alberghi alle aree comuni, alla reception) è quasi interamente soddisfatta dalla produzione locale.

I produttori si concentrano a Dubai e Sharjah, dove sono localizzate l'80% delle imprese del settore.

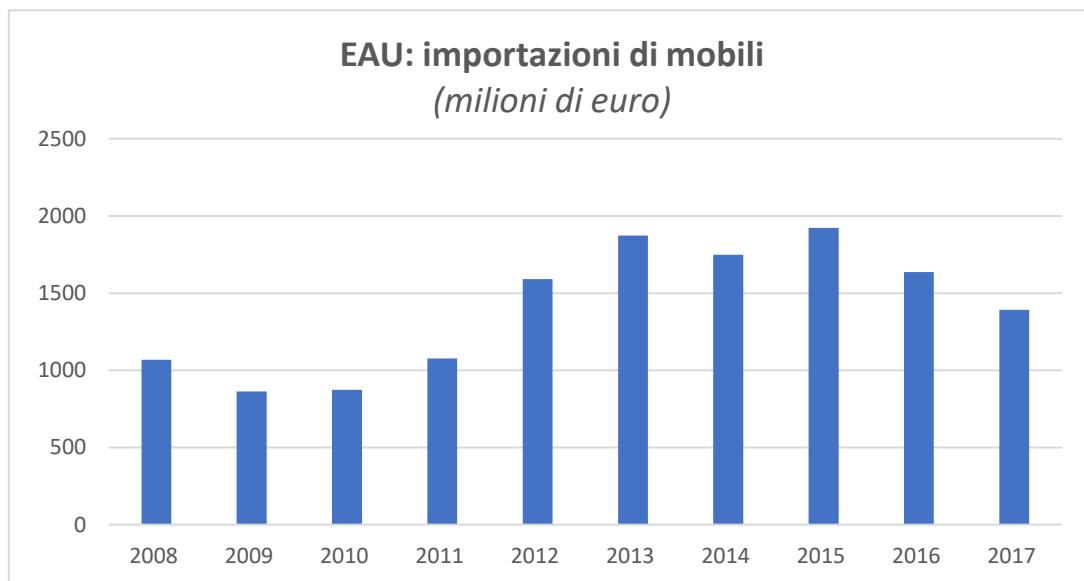
Le aziende manifatturiere possiedono una certa abilità nella finitura/nel "confezionamento" di un mobile (ad es. nel verniciare, nel tappezzare o rivestire un divano/sedia), mentre le carenze maggiori si riscontrano nella progettazione e costruzione di un mobile, in particolare dei mobili per ufficio che richiedono specifiche competenze tecniche.

La capacità produttiva è mediamente di volumi limitati con tecnologie e livelli di automazione molto bassi, ma esistono anche grandi realtà industriali.

LE IMPORTAZIONI DI MOBILI NEGLI EMIRATI ARABI UNITI

Il consumo interno di mobili negli EAU è quasi totalmente soddisfatto da prodotti di importazione. Infatti, con una quota delle importazioni sul consumo del 77%, gli Emirati Arabi rappresentano il mercato più aperto della regione.

Tuttavia vale la pena osservare che la penetrazione delle importazioni nel paese è diminuita negli ultimi anni a vantaggio della produzione locale cresciuta soprattutto nel 2016 e nel 2017. Come già evidenziato, la ragione risiede molto probabilmente nella crescita dei progetti contract (del settore alberghiero in particolare), in cui i produttori locali godono del vantaggio competitivo della vicinanza e dunque di una maggiore rapidità nelle consegne.



Fonte: IHS Markit – GTI

Vale la pena osservare che il grafico delle importazioni sopra riportato include anche le importazioni destinate ad altri paesi (circa il 40% secondo alcune stime), e quindi gli acquisti dall'estero rappresentano non solo la domanda

interna, ma anche una certa porzione della domanda dei paesi vicini. Circa il 50% delle esportazioni degli Emirati è infatti rappresentata da riesportazioni.

Esportazioni dei paesi dichiaranti (Paese partner: Emirati Arabi Uniti)					
Mobili					
Gennaio - Dicembre					
Paese dichiarante	Milioni Euro			variazione % 2017/2016	Quote % 2017
	2015	2016	2017		
Totale dei dichiaranti	1922	1637	1392	-14,97	100
1 Cina	1003	751	599	-20,31	43,0
2 Italia	231	212	199	-6,21	14,3
3 Germania	88	76	72	-5,90	5,2
4 Stati Uniti	87	82	51	-38,20	3,7
5 Turchia	51	55	48	-11,48	3,4
6 Malesia	66	54	45	-17,25	3,2
7 Regno Unito	82	65	43	-34,25	3,1
8 Egitto	46	48	41	-14,69	2,9
9 Polonia	22	31	37	19,81	2,7
10 Francia	42	41	23	-43,59	1,7

Fonte: IHS Markit – GTI

Nel 2017, il valore totale delle importazioni è stato pari a circa 1,4 milioni di euro, in flessione del 15% rispetto all'anno precedente. Al primo posto nella graduatoria dei paesi fornitori di mobili degli Emirati si è collocata la Cina con una quota di mercato del 14,3% e registrando una flessione annuale di oltre il 20%. In seconda posizione si è collocata l'Italia con una quota di mercato del 14,3% e fatturato in contrazione del 6,2%. In terza posizione, la Germania ha registrato una quota di mercato del 5,2%, precedendo Stati Uniti e Turchia con quote rispettivamente pari al 3,7 e al 3,4 per cento.

Le modalità attraverso le quali il consumatore finale effettua acquisti di mobili nel mercato degli UAE sono molteplici e dipendono in modo cruciale dalla fascia di mercato e dagli operatori ai quali i consumatori si rivolgono. Nonostante una elevata frammentazione del mercato, è tuttavia possibile delineare alcune tendenze relativamente alle tipologie di operatori e alle modalità distributive presenti.

Fascia alta, medio/alta di mercato

Fondamentale è il ruolo degli architetti/interior designer. I prodotti di fascia alta raggiungono il mercato prevalentemente attraverso questo canale e questa tendenza si è ulteriormente accentuata in anni recenti. Questo è in parte uno svantaggio per gli operatori esteri perché questi intermediari assorbono parte del profitto. Il settore è presidiato, oltre che da operatori locali, da una forte presenza di inglesi, francesi, libanesi e americani. Inoltre, cresce il numero di società che hanno al loro interno uffici di interior designers e architetti. Interior designers e architetti agiscono come consulenti e intermediari tra il cliente (il cliente privato, ma anche l'impresa di costruzione, il governo, clienti privati nel caso del contract) e i dealers. La relazione con il cliente finale è molto stretta e si basa su rapporti di fiducia e fidelizzazione, dato che il cliente locale molte volte non ha piena conoscenza del brand e della qualità dei prodotti, oltre che in alcuni casi ad avere poco tempo da dedicare al processo d'acquisto. Inoltre vi è la tendenza, da parte dei contractor, ad offrire costruzioni già completamente arredate. In alcuni casi essi dispongono di un proprio

dipartimento interno che si occupa di interior design, altrimenti passano dagli studi di architettura.

I prodotti di questa fascia di mercato vengono per la maggior parte distribuiti tramite importatori o retailers. Gli importatori tendono ad essere sia retailer che grossisti, e spesso possiedono propri showroom nelle principali aree commerciali della città. Questa fascia è rappresentata da pochi attori, una decina, secondo gli operatori di settore. Alcuni esempi: Obegi (rappresentante tramite uno showroom a Dubai di Poliform, Giorgetti, Flexform, Ceccotti, Foscarini, Moroso) e Aati Furniture di Dubai (collezioni di Minotti e Casamilano), ma anche lo showroom di proprietà di Selva (che oltre a presentare le proprie collezioni, offre prodotti di altre aziende italiane quali DeMajo, Busnelli, Karboxx, Sangiacomo, BS Collection, Fiam, Besana e Sirecom). Generalmente gli showroom sono quasi tutti multibrand, sia per un fatto culturale (il consumatore arabo non è propenso ad entrare in negozi monomarca), che economico, dati i costi elevati di affitto (soprattutto in prossimità delle arterie principali della città). Solo marchi forti e ben affermati dispongono di showroom monomarca, come Fendi e Poltrona Frau . Altri negozi monomarca negli Emirati Arabi sono Armani Casa, Versace Home, Roche Bobois, Ligne Roset, Ralph Lauren Home, Natuzzi, Snaidero (che ha inaugurato il primo monomarca nel 2016 a Dubai e che ha rappresentato allo stesso tempo il primo showroom italiano del Design District, pur essendo già presente nella capitale attraverso realizzazioni contract), B&B Italia (monomarca ad Abu Dhabi aperto nel 2014). In generale la fascia alta è in mano prevalentemente alle aziende italiane.

Per quanto riguarda la vendita tramite shopping mall, essa risulta conveniente soprattutto per produttori di mobile che molto spesso propongono anche una linea di complementi e oggettistica (ad. es Ethan Allen, Versace Home, Laura Ashley). Il costo di affitto è infatti molto elevato e lo spazio espositivo relativamente più piccolo. Esistono tuttavia numerose eccezioni.

Fascia media, medio/bassa di mercato

La fascia media, medio/bassa è coperta, principalmente, da grandi distributori, come Ikea, Marina Home, Pan Emirates, The One, Royal Furniture, Homes r US, ID Design, Home Centre, quest'ultimo il più importante retailer locale. Questi grossi retailers offrono prodotti di media qualità, trainati dalla grande diffusione dello stile occidentale dei grandi centri commerciali. IKEA è presente negli Emirati con due negozi (Abu Dhabi e Dubai) e un pick up point in Al Ain (e in diversi altri paesi del Golfo).

Infine, la fascia bassa è quasi completamente soddisfatta da prodotti cinesi, venduti da grossi distributori/catene, ma anche in supermarket e souks.

Nel 2016, inoltre, è stato costruito e aperto un nuovo mercato municipale specializzato nelle vendita di mobili di seconda mano per soddisfare la domanda di mobili ed elettrodomestici usati, sorta in seguito al rallentamento economico di questi ultimi anni a Dubai. Si trova a Dubai in Nad Al Sheba 3 alla fine di Manama Street, e copre un'area di 310,000 metri quadrati con circa 120 negozi.

Caratteristica fondamentale per le imprese straniere che pianificano di entrare nel mercato del contract è rappresentata dalla necessità di creare un

forte rapporto con l'importatore/distributore locale, che è sempre più legato al prezzo e spesso si dimostra altalenante in termine di ordini.

Una tendenza degli ultimi anni, per il segmento contract, è rappresentata dal salto del distributore locale, passando direttamente al cliente finale. Questo avviene soprattutto per le imprese di importanti dimensioni, come Alfarzan e Almarai, che dispongono di un facility manager in grado di dialogare direttamente con le imprese estere (ad. es quelle italiane).

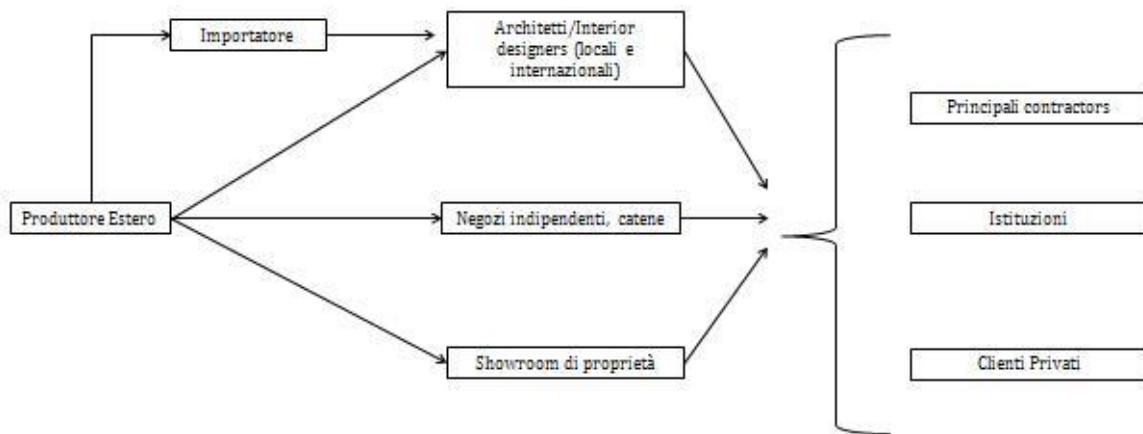
Si osservi, inoltre, che sono sempre più diffusi i progetti chiavi in mano, realizzati da imprese di fit-out che, accanto alla loro attività principale, forniscono anche mobili per l'arredo (ad. es per soddisfare la domanda proveniente dal settore pubblico di case arredate per i propri dipendenti).

In generale, comunque nel mercato contract gli architetti e gli interior designers sono gli operatori più importanti e stimati, quindi risulta fondamentale per le imprese straniere entrare in contatto con loro.

I produttori di mobili per ufficio distribuiscono i loro prodotti attraverso distributori o stipulando un accordo commerciale con partners locali, spesso specializzati nel segmento ufficio (per esempio Buro45, Al Reyami, ecc.), a seconda del tipo di prodotto venduto e della fascia di prezzo. Per quanto riguarda i distributori locali, generalmente dispongono di showroom da 500 fino a 2000 mq, collocati in strade principali, e spesso offrono anche servizi di consulenza. Si stima che questo canale rappresenti due terzi del mercato. Il canale di vendita diretta rappresenta invece meno del 10% ed è solitamente gestito da uffici di rappresentanza del produttore. Il resto è veicolato da architetti e specifiers.

I produttori di mobili degli Emirati Arabi si avvalgono di brevi tempi di consegna, enorme vantaggio competitivo rispetto agli importatori, soprattutto per il segmento contract, che impone consegne relativamente rapide. Proprio nel segmento contract, le imprese locali stanno infatti guadagnando quote di mercato considerevoli. Esiste tutta una serie di imprese locali di grandi dimensioni, con i quali gli operatori esteri sono molto spesso costretti a confrontarsi.

Il settore distributivo dei prodotti di arredamento negli EAU



LA PRESENZA ITALIANA

La presenza imprenditoriale italiana negli Emirati Arabi è in crescita. Anche se sono soprattutto i più grandi brand ad essere riconosciuti, l'apprezzamento dei prodotti italiani, per qualità, innovazione ed esclusività, è sempre più diffuso tra i consumatori emiratini e di fatto sono presenti sul mercato numerose imprese italiane della fascia alta.

La presenza delle imprese Italiane avviene con diverse modalità, ma è ovviamente fondamentale trovare un partner serio e affidabile.

Generalmente esse fanno riferimento a distributori locali. Alcune imprese instaurano con essi rapporti più stretti, altre rapporti meno vincolanti (questo le espone ad una crescente volatilità dell'export).

Imprese come Nordwall International srl, Archiutti spa, Ora acciaio, Sinetica Industries, StyleOffice e Unifor, specializzate nel segmento ufficio/contract, distribuiscono i loro prodotti attraverso gli showrooms di Al Reyami Interiors, succursale del colosso Al Reyami Group, presente nei tre emirati più importanti in termini di business (Dubai, Abu Dhabi e Sharjah). Bafco Trading è distributore di Emmegi srl, Infiniti OMP srl, Line Kit spa, Modula srl, produttori di mobili per l'ufficio e imbottiti. Poliform, Giorgetti, Flexform, Ceccotti, Foscarini, Moroso sono rappresentati negli showroom Obegi Home. Lema Mobili è rappresentato da un partner stabile che si occupa del business development non solo a Dubai, ma in tutti gli Emirati, con anche un'attività di showroom. Per alcune imprese, uno stretto contatto con interior designer/studi di architettura è fondamentale.

Moroso distribuisce i propri prodotti sul mercato degli Emirati Arabi avvalendosi di uno studio di interior designers, Top Decor di Abu Dhabi, con cui ha realizzato importanti progetti contract nei settori dell'ospitalità e del retail.

Altre imprese italiane che investono in questi canali per la distribuzione sul mercato emiratino includono Pedini spa, Alea Srl, Della Rovere spa, Altek italia design srl, Linea Beta spa, Silik spa, Gatto spa, Carpanelli spa, Meco srl, Milldue Arredi spa, Gold Confort srl, L'Origine spa, Dieffebi spa, Estel spa, Office&co srl, Sagsa spa e Upper spa.

Altre imprese italiane che distribuiscono i propri prodotti sul mercato degli Emirati Arabi, appoggiandosi a BinHendi Enterprises sono Driade, MDF Italia, Promemoria, Flos, Glas Italia, B&B Italia (che ha anche aperto un proprio showroom monomarca ad Abu Dhabi).

Purity LLC, che fa parte del gruppo Omanita Al Saleh, ha appena aperto (nel 2016) un flagship store nel Dubai Design District, in cui propone le collezioni di vari marchi italiani non solo di mobili, da Boffi Cucine a Ethimo, Paola Lenti, Glas Italia, DePadova, Esedra, Fantini (rubinetterie). Possiede anche uno showroom in Oman.

Non sono molte le imprese italiane con uno showroom di proprietà (in joint venture/partnership con operatori locali).

Un esempio è Selva Middle East, presente da circa 11 anni nel mercato (come Joint Venture con The Saeed & Mohammed Al Naboodah Group che è uno dei principali operatori degli Emirati), con uno showroom di proprietà a Dubai, che propone collezioni/prodotti anche di altre aziende italiane quali Fiam, San Giacomo, Arflex (in esclusiva), De Majo (illuminazione). Recentemente

l'attività di Selva negli Emirati si è evoluta nel senso che attualmente dispone di uno studio tecnico interno che sviluppa, studia e realizza progetti contract. Un altro esempio è Saporiti Italia spa, che ha aperto un proprio showroom di 400 mq e ufficio a Dubai collegato con Saporiti Hub e il centro di ricerca e sviluppo italiano.

Anche Arrex dispone di uno showroom a Dubai per l'esposizione delle proprie cucine (Arrex Kitchens Me).

A Febbraio 2014, Arper ha inaugurato un proprio showroom a Dubai.

Infine, fra le altre imprese italiane presenti sul mercato con succursali, showroom e/o uffici di rappresentanza si possono citare Natuzzi, Cassina, Snaidero, Uno Contract.

IL SETTORE DELL'ILLUMINAZIONE

Il mercato dell'illuminazione residenziale degli Emirati Arabi è cresciuto rapidamente in questi ultimi anni, rappresentando il 53% dei consumi totali nell'area del Golfo. Vale circa 550 milioni di dollari (a prezzi alla produzione).

Gli Emirati consumano inoltre prodotti per illuminazione tecnica (ad uso commerciale, industriale e outdoor) per altri 440 milioni di dollari.

I principali players del mercato emiratino dell'illuminazione sono circa 50 tra produttori e importatori, e insieme raggiungono poco meno del 50% del mercato totale. I top 5 più importanti sono: Debbas, Cooper Lighting, Philips Lighting, Osram e Zumtobel.

Gli Emirati Arabi Uniti continuano a dimostrare il proprio impegno nel promuovere e migliorare l'innovazione, la ricerca e la regolamentazione delle energie rinnovabili ed ambientali a livello globale. Tendenza in forte crescita è di usare nuove tecnologie al fine di risparmiare i costi legati all'energia. Le nuove costruzioni stanno sempre di più utilizzando queste tecnologie e anche le strutture esistenti stanno cambiando i loro sistemi di illuminazione con soluzioni più ecologiche per ridurre i costi energetici. Ad esempio, il sistema "Estidama" (in arabo: sostenibilità), ha concepito ad Abu Dhabi un sistema di rating che incoraggia la costruzione di edifici con materiali ecocompatibili e che minimizzino lo spreco di acqua ed energia, oltre ad effettuare una gestione dei rifiuti razionale ed efficiente. Abu Dhabi si è inoltre impegnata ad assicurare che, entro il 2020, il 7% del proprio fabbisogno di energia totale sarà assicurato da fonti di energia rinnovabile. Questo rappresenta circa 1,500 MW d'energia pulita, anche grazie al progetto Masdar City, la città ad emissioni zero. Masdar City punta ad uno sviluppo emergente a basse emissioni di carbonio, bassi rifiuti e tecnologia pulita globale. Abu Dhabi è leader in questo ambito e mira a diventare una delle città più sostenibili del mondo alimentate da energia rinnovabile. Dubai con l'Integrated Energy Strategy mira a ridurre il consumo di energia del 30% entro il 2030.

La produzione di illuminazione LED (il cui utilizzo è trasversale nei vari settori residenziale, commerciale, retail, ecc) nell'area del Golfo è in crescita, trainata dai nuovi regolamenti governativi che impongono l'uso di tecnologie a risparmio energetico negli uffici pubblici, negli spazi comuni, nelle infrastrutture e nel retail. A riconferma della tendenza nell'uso del LED, i governi

dell'area Golfo e i costruttori privati stanno implementando progetti in linea con gli standard internazionali come LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) e BREEAM (Building Research Establishment Environmental Assessment Method). Si stima che entro il 2020 le soluzioni a LED rappresenteranno il 50% degli apparecchi per l'illuminazione.

Il ministero dell'Energia ha in programma di equipaggiare 34.000 edifici pubblici a Dubai con tecnologie a basso consumo elettrico, inclusi gli apparecchi per l'illuminazione. La municipalità di Dubai ha invece lanciato la Dubai Lamp Initiative in partnership con Philips Lighting all'interno di una serie di iniziative green per incoraggiare lo sviluppo sostenibile.

Nonostante ciò, molti consumatori sono ancora restii a iniziare ad utilizzare luci al LED, convinti che siano semplicemente molto costose. Tuttavia questo atteggiamento sta lentamente ma progressivamente cambiando.

Per ciò che riguarda lo stile, negli Emirati i clienti preferiscono in generale ancora un'illuminazione tradizionale, non essendo considerato il fatto che in definitiva l'effetto che si ottiene in un ambiente è collegato al sapiente utilizzo della luce che costituisce un aspetto fondamentale. Dunque per ciò che riguarda gli interni si incontrano ancora delle resistenze di fronte a progetti di illuminazione particolarmente innovativi.

IL SETTORE DEI COMPLEMENTI DI ARREDO

Poiché non esistono dati statistici che permettano di stimare l'ampiezza del settore del complemento d'arredo (vasi, specchi, appendiabiti ed altri elementi che completano l'arredamento della casa), si forniscono qui di seguito alcune tendenze qualitative sul mercato.

Il mercato del complemento è in crescita e i prodotti di design sono sempre più apprezzati:

- anche in un contesto di arredamento di medio/bassa qualità, viene spesso inserito un complemento d'arredo di origine italiana;
- nella fascia alta, i canali di vendita sono soprattutto interior designers.

Infatti i prodotti non vengono distribuiti nei punti vendita, anche per motivi culturali. Il consumatore arabo non tende a comprare oggetti esposti ma cerca l'esclusività, la personalizzazione;

- nella fascia media, si trovano complementi d'arredo in vendita presso shopping mall. Dato il costo molto elevato e la limitata superficie espositiva, questa tipologia è preferita dai distributori che hanno anche una linea di complementi oltre a quella di mobili;
- nella fascia bassa, il mercato è soddisfatto da prodotti cinesi.

Recentemente nell'interior design è tornata una vera e propria età del metallo. Accessori e complementi, come lanterne, vasi, specchi tendono ad avere elementi metallici inseriti nel loro design, con evidenti richiami all'età dell'oro. I metalli caldi, come rame, bronzo o ottone, sono tra i più utilizzati per la realizzazione di finiture per l'arredamento, in netta contrapposizione con

grigi metallizzati o colori più freddi. Tuttavia vi è anche la tendenza a mescolare i metalli caldi con quelli più freddi come platino o argento. In interni residenziali e commerciali è sempre più frequente trovare complementi/oggetti in rame o in oro anticato piuttosto che specchi, luci pendenti, lampadari. Oltre ai materiali scintillanti e brillanti, ci sono altri metalli tra cui scegliere, quali il ferro o l'acciaio satinato che si trovano in molti interni industriali.

Un altro trend si ispira invece alla natura. La maggiore attenzione all'ambiente e la propensione a creare spazi abitativi ecosostenibili hanno portato gli interior designer a trovare ispirazione nella natura per le loro proposte di arredo. Le decorazioni alle pareti, gli accessori e i complementi d'arredo prendono spunto da tutto ciò che è green, foglie, fiori, paesaggi.



<https://www.downtowndesign.com/>



INDEX

17 - 19 SEPTEMBER 2019
DUBAI WORLD TRADE CENTRE

<https://www.indexexhibition.com/>



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Sheikh Zayed Rd (Exit 32)
Dubai Internet City
Arenco Tower, office 506-508

500088 Dubai, UAE

E-mail: dubai@ice.it

Tel: (009714) 4345280 - **Fax:** (009714) 4220983

L'ufficio opera anche per l'Oman e il Pakistan