

Mercati esteri. Firmato a Doha un accordo con la Camera di commercio

Il Qatar avamposto per l'edilizia

Marco Ferrando

DOHA. Dal nostro inviato

Il Paese è piccolo, ma l'economia corre al ritmo del 10% l'anno, sostenuta da un piano di investimenti da 60 miliardi di dollari di qui al 2010. E con il petrolio alla soglia dei 100 dollari al barile ci sono tutte le premesse perché il Qatar, sotto il quale riposano 3,7 miliardi di barili e la terza riserva al mondo di gas naturale, colmi in fretta il divario che lo separa dalla vicina Dubai. Una piazza lontana ma sulla quale vale la pena di scommettere, come sanno le 25 imprese piemontesi protagoniste, da domenica fino a ieri, della missione a Doha organiz-

che nel 2009 accoglierà umila appartamenti. «Non a caso ci siamo rivolti alle imprese legate alle costruzioni, oggi quelle più interessate a uno sbarco nel paese», fa notare il segretario della Cdc, Guido Bolatto, che proprio a Doha ha siglato un accordo con la Camera locale per l'apertura di un ufficio di corrispondenza (operativo dal primo gennaio 2008). Nella grande sala del Marriott di Doha per due giorni si sono presentate, gomito a gomito, aziende specializzate nei materiali di costruzione, nella progettazione-design e nei tessuti d'arredamento: in totale hanno incontrato un centinaio di potenziali partner locali.

Per tutti il biglietto da visita rimane il "made in Italy", ma c'è anche chi fa valere le commesse già piazzate nella zona, soprattutto a Dubai, chi il prezzo. «È un mercato difficile, che spesso cerca la qualità solo quando può essere esposta», osserva Roberto Fracassetti, responsabile commerciale della Griva; i tessuti ignifughi della ditta chierese sono stati selezionati da diversi alberghi di Doha, ma non è così facile come sembra: «C'è da intavolare lunghe trattative con una pletera di emissari, che alla fine cercano solo di contenere i costi», osserva ancora Fracassetti; a Doha è entrato in contatto con la Walltracks («Ci rivedremo a gennaio»), la stessa società che anni fa era stata agente per il Qatar della Resinflex, azienda storica specializzata nei rivestimenti (suoi, tra l'altro, gli interni dell'Andrea Doria): «Abbiamo appena fornito i nostri materiali insonorizzanti ad Al Jazeera, ma ora puntiamo su una presenza più stabile, soprattutto in ospedali e gran-



Doha. La firma dell'accordo tra la Camera di commercio di Torino e quella di Doha: le due delegazioni erano riunite all'hotel Marriott

LA STRATEGIA

Dal primo gennaio operativo un ufficio di corrispondenza per assistere le società: è uno dei risultati della missione conclusa ieri

zata dalla Camera di commercio di Torino insieme con il Centro estero per l'internazionalizzazione; per le commesse, se arriveranno, ci vorrà almeno qualche settimana, ma le prime sensazioni sono positive, e alla fine del viaggio la consapevolezza è che dietro i 12 milioni di export che il Piemonte ha messo a segno nei primi sei mesi del 2007 ci siano potenzialità ben più elevate e un mercato grande ma non gigantesco, a portata di Pmi.

A partire dall'edilizia. La capitale è un brulicare di gru, dalle quali stanno nascendo 50 nuovi grattacieli; altrettanti sono previsti per i prossimi anni, poi c'è il maxi progetto della "Perla", arcipelago artificiale

di alberghi», spiega Giorgio Volpatto. Tra gli altri, anche la A. di Arcobaleno con le sue coperture telescopiche per piscine: «Di solito i nostri prodotti riparano dal freddo - spiega l'agente, Ettore Giusta -, ma possono servire anche a difendersi dal caldo, climatizzando una vasca, o dalla sabbia. Abbiamo avuto diversi incontri promettenti, ci crediamo».

Tra tante Pmi anche un raggruppamento professionisti e una media azienda. Nel primo caso, regista dell'operazione è stato l'architetto Giorgio Rosental, che ha radunato alcuni studi e ha creato l'Italia-Qatar Team: «Nei prossimi mesi - anticipa Subhash Mukerjee, giovane architetto inviato a Doha - ci costituiamo anche formalmente. Il mercato ci interessa molto, l'idea è quella di riunire le competenze di altissimo profilo, dall'ingegneria al design d'interno, di cui disponiamo e metterle a disposizio-

ne di un paese in cui c'è bisogno, e subito, di progetti chiavi in mano». Diversa la strategia di Dylog, media azienda torinese cresciuta sul software gestionale (oggi conta su 300 addetti e un fatturato di 35 milioni) ma che ha deciso di diversificare, investendo - per esempio - su progetti e prodotti di videosorveglianza: «Siamo in grado - dice il marketing manager, Alfredo Momo - di offrire soluzioni d'avanguardia che consentono di risparmiare tempo e risorse umane. Ci muoveremo con attenzione, secondo il nostro stile, ma le potenzialità ci sono, eccome». Al termine della missione, Momo si è trasferito a Dubai, che da Doha si raggiunge con un'ora di volo; con lui, le altre 15 aziende piemontesi che, da domani fino al 5 novembre e sempre accompagnate dal Centro estero, partecipano a Index, il principale Salone dell'edilizia degli Emirati Arabi.