

(1. Il mercato Alimentari e Bevande negli Emirati Arabi Uniti (EAU) – profilo generale

Gli Emirati Arabi dipendono dalle importazioni per circa per il 90% del consumo interno di prodotti alimentari¹ e sono autosufficienti solo per alcuni prodotti, quali datteri e pesce. Le importazioni totali si stimano nel 2008 tra i 3,5 e i 4 miliardi di dollari.²

Il mercato degli alimentari negli Emirati é controllato in gran parte da compagnie d'importazione e distribuzione con sede a Dubai. Si stima, infatti, che circa 80% delle importazioni di alimentari entri nel Paese attraverso il porto di Dubai³. Il 30% delle importazioni totali é poi riesportato ad altri mercati, in particolare in Russia, India e Pakistan.

Per quanto riguarda i prodotti agro-industriali, le importazioni di prodotti meno costosi provengono da India, Pakistan, Libano, Siria, Giordania, Egitto e Sud Africa. Iran domina il mercato per alcuni articoli, quali le mele golden.

I prodotti della fascia più alta del mercato provengono da Olanda, Australia, Nuova Zelanda, Estremo Oriente e USA.

1.1. Distribuzione

Negli Emirati, il settore della Ristorazione (HORECA) é relativamente più ampio di quello al Dettaglio, data l'importanza del business legato al turismo e ai viaggi d'affari. Non esistendo stime precise delle percentuali relative, approssimativamente si può dire che il Dettaglio rappresenta circa il 40% del mercato totale, mentre la Ristorazione, il 60%.

1.1.1. Il settore Dettaglio

Secondo AC Nielsen, la popolazione degli Emirati passa in supermercati e ipermercati 492 milioni d'ore/persona l'anno. Il singolo consumatore passa in media 127 ore l'anno nei supermercati e li visita almeno 4 volte la settimana.

Nel 2008 il valore totale delle vendite di alimentari nel settore Dettaglio era di circa 3,5 miliardi di dollari.

Il Dettaglio é dominato dagli ipermercati francesi, che hanno guadagnato rapide fette di mercato negli ultimi 4 anni. Carrefour, Geant e Panda si dividono la quota più grande del mercato. Seguono le catene di supermercati regionali (Spinneys, Lulu e Choitram). La grande distribuzione costituisce il 53% del valore delle vendite al dettaglio.⁴

La piccola distribuzione, con negozi di quartiere a gestione indipendente rappresenta il 47% del totale.

La concorrenza tra la piccola distribuzione e le grandi catene si fa sempre più agguerrita, dato che anche queste ultime sono disposte ad aprire minimarkets nelle

¹ Se non diversamente indicato, nel testo la parola Alimentari viene usata con riferimento al settore Alimentari e Bevande nel suo insieme.

² Fonte: Agro-food Trade Service 2009, Consulate of Canada in Dubai

³ Fonte: The Food Sector & related services – Swiss Business Hub Dubai 2006

⁴ Fonte: Agro-food Trade Service 2009, Consulate of Canada in Dubai.

zone residenziali. A causa del forte aumento del traffico a Dubai e della difficoltà di raggiungere centri commerciali a pochi chilometri di distanza, infatti, dal 2007 si è registrato un livello crescente d'investimenti in minimarket da parte dei supermercati locali come Spinneys e Choithram.

Per questa ragione, parallelamente al continuo investimento in ipermercati vi è un nuovo trend d'apertura di piccoli supermercati da parte delle stesse catene che porta ad una crescente concentrazione del mercato tra i gli stessi operatori.

1.1.2 Attori principali del mercato

Negli ultimi 10 anni il dettaglio è stato rivoluzionato dall'entrata aggressiva di Carrefour e Casino, a cui le catene locali hanno risposto altrettanto aggressivamente, cercando di espandersi a livello regionale per frenare la perdita delle quote di mercato a favore delle marche francesi.

***Carrefour e Geant**

Aprendo il suo primo punto vendita a Dubai nel 1995, Carrefour ha introdotto il concetto d'ipermercato nel Medio Oriente. Con un turn-over stimato di oltre 1 miliardo di dollari, Carrefour ha oltre 13 ipermercati negli Emirati e 27 supermercati e ipermercati nella regione⁵. Nel 2001 Geant fu il primo antagonista del gruppo franco-emiratino, aprendo il primo ipermercato in Bahrain. Ad oggi Geant ha 5 ipermercati in Arabia Saudita, uno in Dubai e uno in Libano.

***Spinneys**

Nata nel 1924 in Egitto, la catena di supermercati Spinneys ha 38 punti vendita negli Emirati. Serve la fascia più alta del mercato con prodotti importati e gourmet, grazie a supermercati e minimarket localizzati nelle zone più esclusive della città, puntando prevalentemente su una clientela di espatriati occidentali e arabi.

Nel 2007 la catena ha lanciato una contro-offensiva alla forte espansione di Carrefour e Casino (Geant) sul mercato locale, annunciando investimenti che l'hanno portata ad operare attraverso Joint Ventures, in 11 paesi del Medio Oriente e Nord Africa.

Negli Emirati Spinneys ha raggiunto un accordo di licenza con la marca Waitrose e, dopo aver venduto i suoi prodotti in modo esclusivo per 4 anni, sta ora aprendo supermercati sotto il nome Waitrose.

***Choithram**

Fondata nel 1944 in Sierra Leone, Choithram & Sons arriva negli Emirati nel 1974. La catena è cresciuta e si è diversificata, contando ora con oltre 25 supermercati negli Emirati ed operando in tutto il Medio Oriente e in alcune città indiane.

La clientela chiave di questi supermercati è rappresentata da espatriati di tutte le nazionalità, che possono trovare un'ampissima varietà di prodotti importati tanto da Paesi occidentali come dall'India. Choithram, fondata e amministrata da una famiglia Indiana, infatti, serve in modo particolare la fascia più alta degli espatriati indiani.

***Hyper Panda**

Catena d'ipermercati dell'Arabia Saudita che domina il mercato di questo paese, ha aperto il primo ipermercato negli Emirati nel 2006 e ha in programma di aprirne altri 6 entro la fine del 2010.

⁵ Dati del turn-over aggiornati al 2007.

*Lulu

Per mantenere il passo dei rivali francesi, Emke Group, la casa madre di origine Indiana dei supermercati LuLu, ha investito 840 milioni di dollari nel 2007 per aprire dieci nuovi supermercati, posizionandosi al decimo posto nella lista delle catene di supermercati del Medio Oriente con un totale di 70 tra supermercati e ipermercati.

*Al Maya Group

Catena di 19 piccoli supermercati che ha in progetto di aprire 8 nuovi punti vendita entro la fine del 2010, focalizza la sua attenzione sulla clientela di espatriati occidentali. Si tratta di supermercati relativamente piccoli, in media 280 metri quadrati, che offrono la convenienza della vicinanza alle zone residenziali.

*Coop

Le cooperative ricoprono un ruolo importante nel settore dato l'appoggio che hanno sempre ricevuto dai consumatori locali (arabi degli Emirati).

Tra le cooperative, la più importante è Union Co-op, aperta nel 1984, che conta 8 supermercati e ipermercati a Dubai. Tra le politiche fondamentali delle cooperative vi è la promozione dei prodotti locali attraverso la vendita di *private labels* che, nel 2008, rappresentavano il 19% delle vendite totali. Gli impiegati sono 33% locali; il top management è totalmente locale.

La seguente tavola riassume i valori delle vendite delle catene di supermercati descritte in questo paragrafo. Le vendite si riferiscono al 2007 e all'intero Medio Oriente e Africa del Nord, dando una visione comparativa dei volumi dei maggiori attori nel settore Dettaglio.

Vendite Totali Medio-Oriente e Nord Africa per Catena- 000 US\$⁶

1. Casino	2.208.000
2. Carrefour	1.981.000
3. Emke Group	1.113.000
4. Consumer Co-op	681.000
5. Al Safeer	650.000
6. Spinneys	618.000
7. Choithram	381.000
8. Abu Dhabi Co-op	274.000
9. Al Maya	159.000

Fonte: Agro-Industrial Service Trade – Dubai 2008

1.2 Il Settore Ristorazione

Il mercato delle Ristorazione ha vissuto una lunga fase di sviluppo sostenuto grazie al

⁶ Fonte: ATS 2007- Consulate of Canada in Dubai

crescente numero di hotels, aerolinee operative che collegano il Paese con 145 città estere, e di turisti e uomini d'affari che visitano gli Emirati. Nella sola Dubai, per esempio, il numero di camere disponibili é aumentato del 16% nel 2008 per un totale 49.598, mentre il numero di turisti é cresciuto a 6,99 milioni di persone⁷.

Tra i dati più rilevanti del settore segnaliamo:

- Nel 2006 il valore all'ingrosso della Ristorazione era di 1.78 miliardi di dollari, mentre il valore stimato al consumo nel settore era di 5.5 miliardi di dollari. Il tasso di crescita medio del settore negli ultimi 2 anni é stato di circa il 10%.⁸
- Gli Hotels rappresentano il 17% del valore totale dell'industria alimentare. Più di 140 sono Hotels a 5 Stelle che mantengono elevata la domanda di cibi della più alta qualità.
- Le catene internazionali di coffee shops hanno aperto e continuano ad aprire nel Paese. Da Starbucks a Paul, da Second Cup a Segafredo, a Tonino Lamborghini, il settore é in costante sviluppo.
- La cucina asiatica é quella che registra i maggiori tassi di crescita, anche se la cucina libanese rimane una delle più popolari, soprattutto tra la popolazione araba.
- Carne, pollame e pesce rappresentano il 30% degli acquisti degli operatori del settore ristorazione. Seguono i latticini (13%); riso, pasta e cereali sotto il 13%.⁹
- I ristoranti rappresentano il canale di ristorazione più grande, seguito da coffee shops e bar. Gli Hotels sono solo al terzo posto in termini di valore consumato.

(2. Trend di crescita 2005 - 2008 e panorama 2009.

2.1 Il Boom

Nel periodo 2005 – 2008 il mercato degli alimentari, così come tutti gli altri mercati, ha sperimentato un periodo di rapidissima crescita.

Le importazioni di alimenti sono passate da 1,5 miliardi nel 2002 a 3,87 miliardi di dollari nel 2007.

Secondo dati di marzo del 2008, le previsioni di crescita delle vendite al dettaglio d'ipermercati, supermercati, minimarkets, cooperative e duty-free shops erano del 92% per il periodo 2009-2011. Più precisamente, grazie agli investimenti in nuovi punti vendita, gli ipermercati avrebbero dovuto duplicare le proprie vendite e i "convenience" crescere del 150%.¹⁰

⁷ Arabianmoney.net: [UAE Hotels' revenues to fall in 2009](#) – March 10, 2009

⁸ Consulate of Canada: [Agri-Food Trade Service 2007](#)

⁹ Consulate of Canada: [Agri-Food Trade Service 2007](#)

¹⁰ Fonte: Middle East Council of Shopping Centres.

2.2 Il 2009

Lo scenario di crescita é cambiato repentinamente a partire da Dicembre del 2008. La crisi nel settore immobiliare, che é stato uno dei pilastri della crescita vertiginosa di Dubai, ha portato alla progressiva diminuzione dei posti di lavoro legati a questo settore, provocando quindi una diminuzione della popolazione di espatriati che stanno tuttora lasciando il Paese. Si prevede che la popolazione degli Emirati diminuisca del 5,5% per la fine del 2009 e quella di Dubai del 17%.¹¹

La contemporanea diminuzione del turismo dovuta alla crisi mondiale, ha portato ad un calo importante della domanda del settore alimentare. Non vi sono ancora stime precise sulla percentuale di diminuzione della domanda.

Il calo, in ogni caso, sembra aver interessato alcune compagnie più di altre e alcuni prodotti più di altri. É ancora possibile, infatti, trovare compagnie che prevedono una crescita del 10% del loro turn-over nel 2009.¹²

In generale, i prezzi sono diventati un fattore fondamentale nella scelta di distribuire un prodotto importato e, in questo senso, i produttori locali che offrono prodotti esenti da dazi e costi di trasporto, si trovano in una posizione privilegiata.

Nella maggioranza dei casi i distributori hanno risposto alla crisi migliorando l'efficienza del loro portafoglio prodotti, eliminando prodotti con minor turn-over, e sono quindi restii a testare un nuovo prodotto¹³.

Altri si stanno adeguando ai recenti trends del mercato derivanti dalla nuova composizione demografica e alle attitudini psicologiche in parte legate alla crisi, focalizzando gli investimenti su segmenti specifici del mercato.

Tra le principali tendenze del mercato segnaliamo:

- Ulteriore aumento della popolazione maschile rispetto a quella femminile, dovuta al ritorno al proprio paese d'origine di molte famiglie che lasciano solo il capo famiglia.
- Tendenza generale al "risparmio" e alla ricerca di soluzioni più economiche.
- Importanza del rispetto per l'ambiente.
- Interesse crescente per prodotti biologici e naturali in generale.

Per il settore alimentare questo significa:

- Forte crescita dei Fast Food. Per esempio, la compagnia True Bell Marketing aprirà prima della fine del 2009 8 nuovi punti vendita della catena di fast-food/coffee shop *Pronto*, presso i distributori di benzina, con il progetto di aprirne altri 10 per la fine del 2010.
- Interesse dei supermercati ad aumentare la loro linea di prodotti pre-cotti e congelati.
- Creazione di reparti dedicati a cibi già pronti e gourmet "take away" nei supermercati come alternativa al ristorante. Per esempio, la catena Casino-Geant vende sandwich di Dante (una catena di catering di Dubai), ad un prezzo 3 volte superiore a quello di normali sandwich venduti sugli scaffali del supermercato, come alternativa meno costosa ad un pranzo al ristorante.

¹¹ Fonte: [UAE population to fall by 5.5 per cents](#), Zawya March 30, 2009

¹² Fonte: [Frozen Food To Grow 10%](#), Gulf News 25 Febbraio 2009.

¹³ Fonte: Interviste telefoniche con National Trading, Gulfco, Cheff Middle East.

- Uso di materiali riciclabili per le borse della spesa e per il packaging dei prodotti. Geant é stato il primo supermercato a far pagare le borse della spesa. Le maggiori catene vendono ora borse riutilizzabili.
- Accresciuta importanza di prodotti biologici tra gli scaffali dei supermercati e creazione di catene di Coffee-shops e piccoli supermercati di prodotti esclusivamente biologici. *Organic Food & Café* é la catena piú importante in questo settore.

3. Regolamenti e Procedure d'importazione

3.1 Certificati per prodotti alimentari

L'importazione per la vendita di un prodotto alimentare é soggetta al rilascio di alcuni certificati da parte di Dubai Municipality che variano secondo la natura del prodotto. Nel caso dei succhi di frutta si richiedono due certificati.

**** A. Certificato di Registrazione del Prodotto**

La Municipalità di Dubai é incaricata di rilasciare il formulario di Registrazione del Prodotto.

Il dipartimento incaricato é:

Food Control Department

Tel. +9714 3374800

Orario d'apertura 7:30 a.m. - 1:30 p.m

La registrazione é gratuita

**** B. Richiesta di Approvazione dell'Etichetta**

La Municipalità riceve le richieste d'approvazione delle etichette di prodotti non ancora presenti negli Emirati.

Il dipartimento incaricato é:

Food Control Department

Tel +971(04)3374800

Orario di lavoro: 7:30 a.m. - 2:30 p.m.

Il servizio é gratuito

Per poter richiedere l'approvazione é necessario:

Inviare il campione o copia dell'etichetta di ogni prodotto

Allegare una lettera di richiesta, specificando il numero di campioni che devono essere testati.

I documenti vanno consegnati agli uffici di Karama di Dubai Municipality,

Tel +9714 3374800 /Tel: + 971 4 2064009

I prodotti commercializzati in Europa o negli Stati Uniti possono essere importati presentando un certificato sanitario del paese d'origine, che viene riconosciuto negli Emirati. Esistono però una serie di regole a cui il prodotto e il suo packaging devono aderire per poter essere commercializzati nel Paese.

3.2 Regole Generali

- Le etichette devono indicare il nome del prodotto e della marca, la data di produzione e quella di scadenza, il paese d'origine, il nome del produttore, il peso netto in unità metrica, l'elenco degli ingredienti e degli additivi.
- Il prodotto deve avere un'etichetta in Inglese e in Arabo, che può essere

- applicata con adesivo, se necessario.
- La data di scadenza e di produzione devono sempre essere evidenziate e non possono essere scritte su etichette adesive. I prodotti importati devono arrivare negli Emirati con un periodo di scaffalatura rimanente pari ad oltre la metà del periodo totale.
- I prodotti non possono contenere alcool, maiale e colorante E.
- Ogni cibo contenente carne deve essere accompagnato dal certificato "halal", altrimenti non é ammesso nel paese. L'istituto di certificazione usato deve essere approvato dal Segretariato Generale delle Municipalità degli Emirati Arabi.

3.3 Procedure d'Importazione

Le procedure d'importazione e di dogana sono sostanzialmente le stesse per ogni Emirato.

I documenti richiesti per poter compiere l'importazione sono:

- Copia della licenza dell'importatore per poter commerciare alimentari.
- Dichiarazione d'Importazione
- Lettera di Approvazione di Dubai Municipality
- Fattura commerciale in Inglese
- Certificato d'Origine
- BOL
- Packing List
- Certificato Sanitario rilasciato in Italia.
- Lettera di vettura
-

All'arrivo al porto, i prodotti sono soggetti all'ispezione della Dogana e al test di conformità di Dubai Municipality. Questo avviene simultaneamente o subito dopo l'ispezione doganale. Superati i test, Dubai Municipality rilascia l'approvazione per la libera circolazione del prodotto che viene consegnato previo pagamento dei dazi doganali.

Il dazio d'importazione é 5% del valore CIF dei prodotti importati.

(4. Fiere e manifestazioni di riferimento.

La fiera principale di riferimento e' senz'altro GULFOOD EXHIBITION, che nel 2010 si terra' dal 21al 24 febbraio, a Dubai. Creata nel 1987, la manifestazione e' la piu' importante del settore per tutto il Medio Oriente e una piattaforma strategica per mettere in cotatto diretto compratori e venditori di tutti i settori chiave del settore alimentare e dell'ospitalita'in senso lato. Nel 2009 vi hanno presoparte oltre 3,000 compagni da 76 paesi, attraendo oltre 45,000 visitatori da tutto il mondo. Website: <http://www.gulfood.com>

A margine della stessa GULFOOD, si tiene anche, nelle stesse date e nella stessa location, INGREDIENTS MIDDLE EAST, dedicata nello specifico agli ingredienti usati nell'industria alimentare, con una sezione dedicata alla produzione halal.

Website: <http://www.ingredientsme.com>

Fiere minori e piu' specifiche sono:

- SWEETS MIDDLE EAST, in programma dal 2 al 4 novembre a Dubai, evento satellite del famoso ISM di Colonia, dedicato al settore dolciario.

website: <http://www.sweetsmiddleeast.com>

- DUBAI DRINK TECHNOLOGY EXPO, in programma a Dubai dal 6 all'9 dicembre 2009 e dedicata in particolare al settore industriale della lavorazione e trasformazione bevande

website: <http://www.drinkexpo.ae/>