

Sva Group guarda con coraggio e umiltà ai mercati esteri

# Il triangolo vincente tra Italia, Svizzera ed Emirati Arabi



- 1 LA COPERTINA DEL LIBRO DI GIANLUCA MARANO
- 2 GIANLUCA MARANO CON AHMED ALKHOORI, DIRECTOR OF GOVERNMENTAL E EXTERNAL AFFAIRS UNITED ARAB EMIRATES

**S**empre più spesso, superare i propri limiti significa oltrepassare la frontiera. Prima in Svizzera e poi negli Emirati Arabi e in Cina.

L'internazionalizzazione è diventata per molti imprenditori un'opportunità - spesso una scelta obbligata - per salvarsi, per rinascere, per ripartire con quello slancio e quello smalto che anni di crisi sembravano aver fatto sparire per sempre.

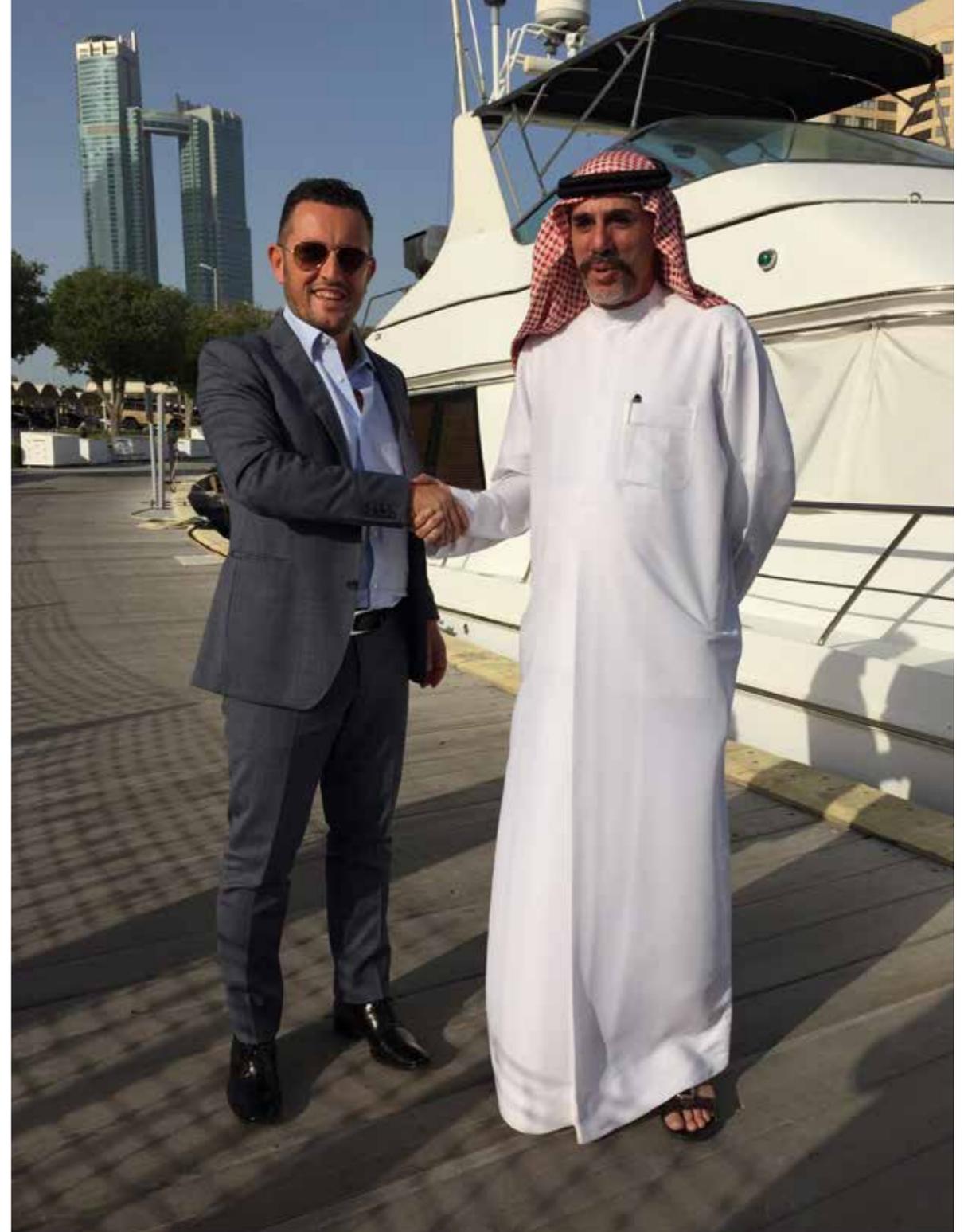
Andare all'estero può essere visto come opportunità di rinascita, ma ci si può anche fare molto male. Andare da soli, senza conoscere niente e nessuno, ha un indice di rischio che definire elevato è un eufemismo. Dunque, affidarsi a un Caronte è la chiave di volta. Lo ha capito Gianluca Marano, Ceo di Sva Group con sede a Chiasso, che di mestiere fa proprio questo: aiutare le imprese ad aprirsi ai mercati esteri, aiutare gli imprenditori a superare i confini, mentali ancora prima che territoriali.

Nel suo libro, *Uomini oltre la frontiera*, uscito il 18 ottobre ed edito da Fausto Lupetti Editore, Marano racconta tutto ciò attraverso alcune storie di successo. "Andare all'estero oggi è più semplice rispetto a dieci anni fa, ma ci sono molti passaggi nel processo di internazionalizzazione che richiedono attenzione e supporto professionale per evitare spre-

co di tempo, risorse e, soprattutto, denaro - spiega Marano - L'esperienza in campo internazionale, insieme alla fitta rete di contatti che ho costruito negli anni in Svizzera, a Londra, a Dubai e nella Repubblica popolare cinese, mi permettono di dialogare quotidianamente con imprenditori e professionisti che condividono un unico desiderio: crescere all'estero". Mohammed bin Rashid Al Maktum, emiro di Dubai, ha espresso questo pensiero: "A coloro che vogliono lasciare un segno nel nostro Paese io dico: il palcoscenico è vostro". In tanti anni di duro lavoro, Marano ha conquistato questo palcoscenico, creando un inedito e alchemico triangolo Italia-Svizzera-Emirati Arabi. "L'Italia è certamente un paese creativo, ma poco o nulla efficiente, mentre la Svizzera è decisamente più efficiente dell'Italia ma meno creativa. Gli Emirati Arabi Uniti puntano a diventare il luogo dell'eccellenza nel mondo, e l'eccellenza ha bisogno di creatività, altrimenti è solo efficienza. L'eccellenza, dunque, è creatività più efficienza. A me, italiano, pare chiaro perché ho scelto di basare la sede operativa in Svizzera e aprire un branch aziendale a Dubai".

Tutto così facile? Per nulla, perché è vero che il Made in Italy è un brand molto forte, ma la concorrenza è tanta e i primi a sopravvalutarsi, spesso, sono proprio gli italiani. "A Dubai dovete andare armati di umiltà - avverte il Ceo di Sva Group - Abbandonate quel sentimento di superiorità che spesso traspare dai comportamenti dei manager italiani all'estero. Il nostro pur grandioso passato conta poco rispetto al radioso futuro che si affaccia sui mercati emergenti del Far East. E poi uno degli errori più comuni è credere nella facilità di entrare nel mercato senza conoscerne usi, costumi e anche tradizioni. L'iter di ingresso richiede pazienza e investimenti: il mercato arabo ha i suoi tempi e un approccio scorretto può precludere il successo dell'operazione di internazionalizzazione.

Un altro falso mito riguarda i prodot-



ti italiani: la provenienza non garantisce automaticamente la commercializzazione. La concorrenza ormai è sempre più accanita e il mercato arabo, in alcuni settori, è già maturo. In questo scenario, i fattori critici di successo sono eccellenza e innovazione". Detto ciò: quale prodotto portare a Dubai? Marano risponde con una provocazione (ma fino a un certo punto): "Un ferro da stiro". In questi anni ha aiutato diverse imprese ad ampliare i loro confini all'estero con prodotti tecnologicamen-

te avanzatissimi, come ad esempio un tessuto intelligente con la trama d'argento collegato allo smartphone tramite app, ma spesso non c'è bisogno di avere tra le mani l'invenzione del secolo.

"Tra i miei ultimi clienti ho dei produttori italiani di un ferro da stiro da viaggio, 180 grammi di design italiano che potrebbe addirittura essere collocato come elegante soprammobile. Da vent'anni lo vendono in tutto il mondo, mancavano gli arabi. L'ho presentato a Dubai e tutti si sono

dimostrati entusiasti. Grazie al mio partner Salah Tahlak, vice president di Dubai Duty Free, oggi lo commercializziamo in aeroporto mediante alcuni corner posizionati nei punti strategici. Vorrei sottolineare che dallo scalo di Dubai transitano oggi 93 milioni di passeggeri all'anno e il nostro obiettivo è venderlo all'un per cento di questi. Lascio a voi i calcoli".

**i** SVA SWISS VALOR ADVISOR SA  
CHIASSO  
www.svadvisory.com