

affari & potere

Lo sceicco del Nord-Est

EXPORT L'imprenditore Abdul al-Hokair investirà 1,5 miliardi in 31 centri commerciali con prodotti italiani in Arabia Saudita. di Marino Smiderle

■ La montagna del made in Italy andrà da Maometto. Ma solo perché è da Maometto che, di questi tempi, possono fiorire business degni di questo nome, anche per la lungimiranza dello sceicco **Abdul Mohsin Bin Abdulaziz al-Hokair**, un imprenditore che ha deciso di scommettere un miliardo e mezzo di euro sul binomio Arabia-Italia. Nel senso che in Arabia Saudita, a partire dalla capitale Riad, verranno realizzati 31 centri commerciali da 12 mila metri quadrati l'uno e dall'Italia arriveranno i prodotti per riempire gli scaffali. «Vogliamo portare in Arabia Saudita le eccellenze del made in Italy» conferma lo sceicco al-Hokair, presidente dell'omonimo gruppo industriale. «Il food in particolare, ma anche l'arredamento, la biancheria per la casa, i tendaggi, arrivando fino alla cantieristica nautica».

Nei mesi scorsi lo sceicco ha ultimato i contatti con i partner italiani e ha incentrato nel Nord-Est il cuore degli esecutori italiani del progetto che, con tutta probabilità, si chiamerà Arabitalia. Sono 140 circa i produttori che partiranno per quella che considerano una scorciatoia eccezionale per uscire dal tunnel di una crisi

che sta mettendo a dura prova anche la parte d'Italia più dinamica dal punto di vista industriale.

Il primo protocollo d'intesa è già stato firmato a Pordenone con l'Electrolux e il quartier generale dell'azienda friulana fa sapere che «sarà protagonista delle cucine di tutti i punti di ristorazione presenti all'interno degli shopping center». Tra le aziende prescelte figurano il prosciuttificio Dok Dall'Ava di San Daniele del Friuli, la Doimo (arredamento) di Moriago della Battaglia (Treviso), la Ferretti (nautica) e la Rigoni di Asiago (marmellate e altri prodotti biologici). «Per noi è un orgoglio essere stati scelti» racconta l'amministratore delegato **Andrea Rigoni** «e soprattutto una grande occasione. Il

mercato arabo è molto promettente e avere un canale di distribuzione così importante e qualificato ci permette di puntare a obiettivi ambiziosi: nel 2009 chiuderemo a 50 milioni di fatturato, ma con l'apertura di questi centri commerciali in Arabia nulla vieta di pensare che negli anni a venire potremo salire ancora. Tra l'altro, il primo grande centro aprirà già nel 2010 e quindi vedremo subito l'impatto».

PROGETTO

**12
MILA**

Sono i metri quadrati coperti di ogni centro Arabitalia.



UN IMPERO IMMOBILIARE

Andrea Rigoni e lo sceicco Abdul al-Hokair. Sotto, uno dei numerosi centri commerciali già realizzati dal gruppo in Arabia Saudita.

