

PRENDIAMO PER LA GOLA GLI AYATOLLAH

A giugno, in mostra a Teheran persino pasta, olio e tartufi. Nonostante le sanzioni, con l'Iran di Ahmadinejad il nostro export va fortissimo

di DOMENICO MEGALI

Qualcosa si muove anche sul fronte Iran. Nulla di rivoluzionario come nel Nord Africa, per ora. Il Paese mediorientale considerato da tutti come covo di fondamentalisti islamici, da molti anni al di là di apparenze (a volte fittizie) ed embarghi (quelli sì, reali), nella pratica è aperto al commercio con le imprese occidentali. Certo il «dual use», ovvero l'embargo di quei prodotti o tecnologie di doppio uso, utilizzabili cioè sia per scopi civili sia militari, alla lunga si fa sentire. Ma interessa soltanto alcuni settori strategici: militare e nucleare, industria del petrolio o del gas. Porte aperte, invece, all'industria del packaging, attrezzature mediche, turismo.

I rapporti tra Stati occidentali e Iran sono regolati da precise restrizioni e autorizzazioni anche sulle transazioni finanziarie. La strategia seguita dalle grandi banche occidentali - comprese le italiane - di limitare le attività in quel mercato, è dettata soprattutto dalla necessità di non compromettere i rapporti con gli Stati Uniti. Il tutto, in questo momento, va a favore delle banche cinesi e di Hong Kong che, secondo alcu-

ni analisti, stanno diventando una testa di ponte per le aziende made in China. «Di certo c'è che in Iran tutte le transazioni superiori ai 40 mila euro sono proibite», dice Antonio Avallone, direttore dell'ufficio Ice di Teheran e Karachi. «Per ogni transazione superiore è necessario chiedere l'autorizzazione al ministero dell'Economia. Ma in Iran da molti anni operano gruppi come Ansaldo, Eni, Tecnimont, Fiat, Gavazzi per i quali non ci sono stati grandi problemi».

La Repubblica islamica presieduta da Mahmud Ahmadinejad negli ultimi anni ha realizzato forti investimenti nel settore agro-alimentare rivolti soprattutto a rinnovare vecchi impianti e tecnologie in un mercato in crescita e con ottime potenzialità di sviluppo. In questo contesto si inquadrano due importanti manifestazioni come l'*Iran Food and beverage Technology*, che si svolge a Teheran dal 5 all'8 giugno, e *Bella Italia Festival*, che terrà banco, sempre nella capitale iraniana, dal 23 al 30 giugno. «Sarà un momento d'incontro tra le nostre imprese nel settore agro-alimentare e gli interlocutori economici iraniani», spiega Fausto Bizzirri, presidente di Bella Italia, società che da alcuni anni promuove il made in Italy agro-alimentare, del turismo e dell'artigianato. Organizzato con la sponsorizzazione di Diacron Group, società di



consulenza internazionale (vedi box), il Festival per una settimana farà incontrare una serie di piccole e medie imprese italiane con i principali importatori e i responsabili commerciali di grandi magazzini, catene alimentari, ma anche ristoranti e tour-operator iraniani. «In quindici anni di attività abbiamo organizzato 70 manifestazioni in Europa, Giappone, America Latina e Usa facendo conoscere a quei mercati le eccellenze di Umbria, Marche, Abruzzo, Lazio, Sicilia, Puglia», prosegue Bizzirri. «Ci porteremo anche i cuochi del ristorante San Domenico di Imola che faranno assaggiare ai numerosi invitati i prodotti, anche bio, delle aziende che aderiscono all'iniziativa: olio, pasta, caffè, aceto, tartufi».

MA L'EMBARGO SULLA PASTASCIUTTA NO

«L'incontro con i buyer locali rappresenta una grossa opportunità per presentare la nostra pasta di semola di grano duro che realizziamo da cinque generazioni», dice Luca Fabianelli, export manager e titolare con il fratello Andrea dell'omonima azienda alimentare di Castiglion Fiorentino (Ar). «Da anni esportiamo i nostri prodotti negli Usa», prosegue Fabianelli, che produce mille quintali di pasta all'anno distribuita soprattutto nelle regioni del centro Italia. Ma il 60% dei 16 milioni di euro di fatturato deriva dall'export. «La partecipazione all'evento ci costerà meno di 10 mila euro, grazie anche al contributo della Regione Toscana e del suo ufficio promozione». Con la pasta non poteva mancare l'olio, in questo caso prodotto da Riccardo Ranieri, 71 anni, titolare dell'Oleificio Ranieri di Città di Castello (Pg), fatturato di 15 milioni di euro e azienda di famiglia da quattro generazioni. L'azienda è già presente in Iran, come in molti Paesi arabi, grazie a due importatori di olio extravergine di oliva, e produce anche prodotti biologici e Dop, olio comunitario, vitaminizzato, condimenti e oli di colza, soia e lino. «Il nostro importatore locale è il maggiore produttore di semi di pistacchio iraniano», spiega Ranieri. «Gli iraniani hanno molte olive ma producono una qualità scadente di olio che usano soprattutto come unguento per il corpo». Ranieri produce ogni anno 40 mila quintali di olio, il 55% distribuito in Italia (Coop, Despar, niente dettaglio e molto catering) e il 45% verso Cina, Australia, Corea e Ue.

A Teheran saranno presenti anche i tartufi di San Pietro di

ALLA FACCIA DEI DIVIETI

Per evitare le ulteriori sanzioni dell'Onu, lo scorso anno le aziende italiane si sono affrettate a esportare verso l'Iran numerosi macchinari e prodotti.

UNA GUIDA PER CHI VUOLE ESPORTARE Secondi solo alla Germania

Nel primo semestre 2010 l'export italiano verso l'Iran ha registrato un'impennata senza precedenti. Nel settore macchine utensili e robotica l'aumento è stato del 384%, superando addirittura gli Usa. Nella meccanica varia e affine si è registrato un +236%, nell'export delle turbine a vapore, un +257% per le macchine per la lavorazione del pane e un +249% per quelle dei molini.

Nelle esportazioni verso l'Iran l'Italia detiene il secondo posto nell'Unione europea dopo la Germania. Come mai questa impennata? Il motivo sono le nuove sanzioni decise dall'Onu proprio in questi giorni. Le aziende hanno fatto di tutto per anticiparle. «Si tratta comunque di un trend in salita da diversi anni», dice Richard Nava, presidente di Diacron, che ha realizzato una guida pratica sulla fiscalità delle società rivolta alle aziende italiane che vogliono investire nella Repubblica islamica. «L'Iran è una nazione di 75 milioni di abitanti, con un'età media di 27 anni, e sarà la spina dorsale della futura economia (oil e non oil) dell'intero Golfo Persico per diversi motivi: una fiscalità evoluta di tipo europeo, cui aggiungere diverse norme a sostegno degli investimenti esteri e a tutela del capitale straniero (Foreign Investment Promotion and Protection Act - FIPPA), nonché la presenza di Free Zone e 18 Special Economic Zone, e anche, perché no, un clima più favorevole del resto del Golfo».

A parte le compagnie energetiche italiane come Eni, che giocano un significativo ruolo nel comparto e nell'indotto petrolifero-energetico mediorientale, la collaborazione economica italo-iraniana passa anche attraverso le tecnologie made in Italy che stanno progressivamente crescendo all'interno del panorama scientifico e industriale iraniano. «In Iran, contrariamente a quello che accade in alcuni Stati del Gulf Cooperation Council, gli imprenditori stranieri possono aprire una società senza avere necessariamente un socio locale», prosegue Nava. «Società a capitale interamente straniero e ben tutelate da una fiscalità di livello europeo. L'aliquota prevista dal Direct Taxation Act è vantaggiosa: il 25% sugli utili prodotti da soggetti giuridici, una volta dedotti i costi pertinenti».

Trevi, azienda agricola specializzata nell'estrazione e selezione del tartufo fresco e nella sua trasformazione in specialità alimentare. Un fatturato 6 milioni di euro solo per il tartufo. «Distribuiamo principalmente in ristoranti: a Roma lavoriamo con La Pergola di Heinz Beck, a Milano con Joja con Pietro Leeman, ma anche a Londra con la Locanda di Giorgio Locatelli», dice il titolare Carlo Caporicci. «L'approccio al tartufo bianco è cambiato soprattutto in Medio Oriente e Paesi Arabi. Lo mangiano a Dubai da Nobu, come a Singapore. Aderiamo spesso a missioni commerciali in mete magari meno estreme rispetto all'Iran, proprio perché trattiamo un prodotto che ormai ha una valenza internazionale e prescinde dalla cucina di riferimento, come accade anche per caviale e champagne in Paesi che possono sembrare meno propensi a questo prodotto». A Teheran Caporicci porterà una campionatura di una decina di chili di tartufi bianchi accompagnata da prodotti come il burro chiarificato al tartufo, il succo concentrato di tartufo nero e la vellutata al tartufo nero di Norcia.