

EMIRATI ARABI UNITI

IL MERCATO DEI PRODOTTI AGRO-ALIMENTARI



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Ufficio di Dubai

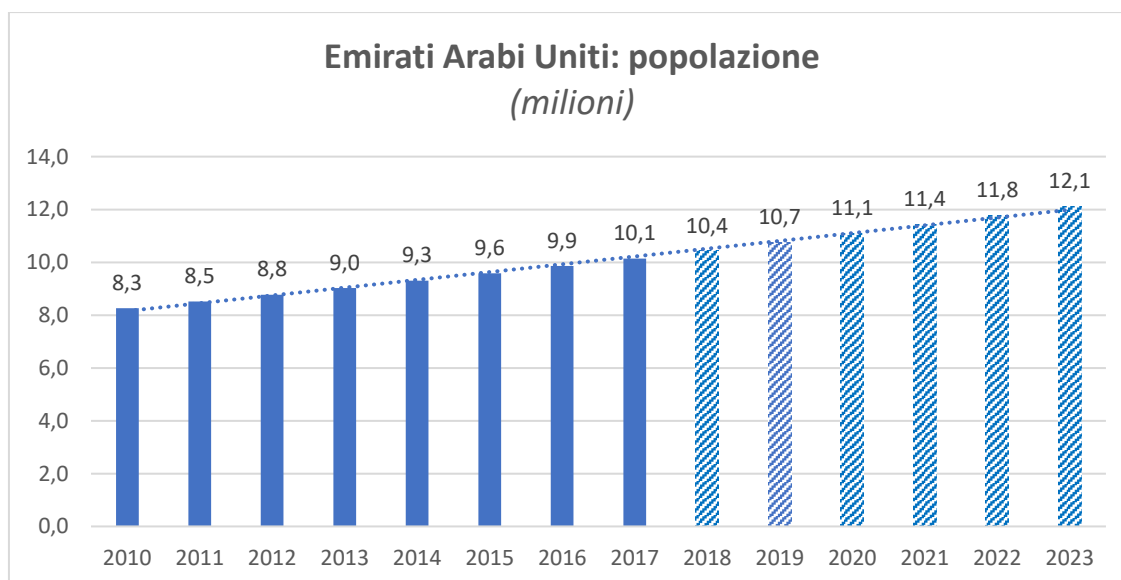
maggio 2018

SOMMARIO

Il mercato dei prodotti agro-alimentari negli EAU	pag. 2
Il mercato di importazione	12
La normativa per le importazioni	13
Interscambio di prodotti agro-alimentari con l'Italia	15
Prodotti alimentari	17
Prodotti agricoli	20
Bevande	22
Esportazioni regionali	24
La distribuzione	27
Le principali manifestazioni fieristiche di settore	33
Le principali riviste specializzate di settore	36

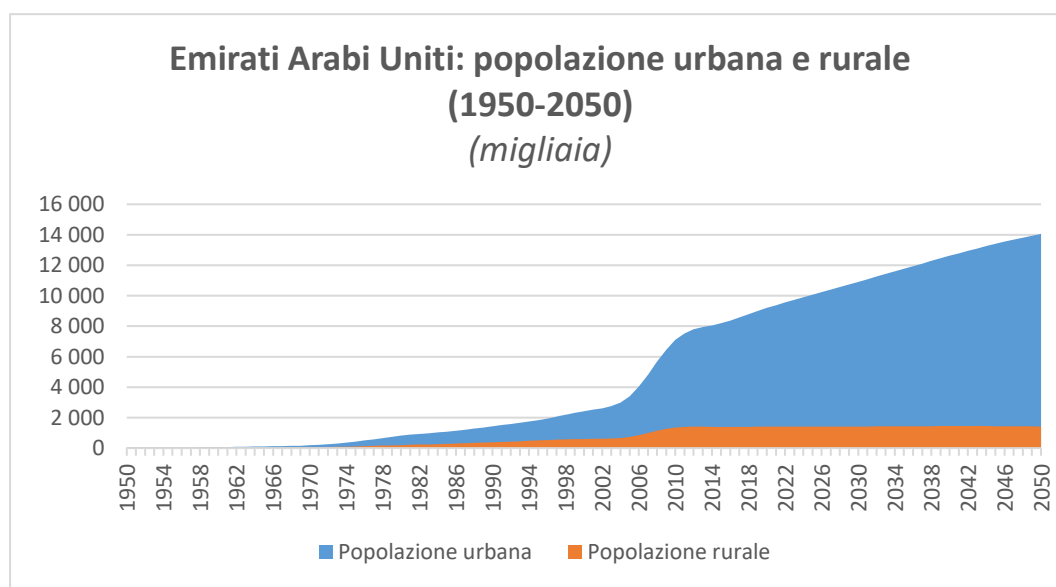
IL MERCATO DEI PRODOTTI AGRO-ALIMENTARI NEGLI EAU

La sistematica espansione di una società multi-etnica, giovane e abbiente, accanto al rapido incremento dei tassi di urbanizzazione ed al costante aumento dei flussi turistici continuano a sostenere la crescita dei consumi alimentari negli Emirati Arabi Uniti. Pur nella persistenza della domanda di cibi tradizionali, gli stili di vita frenetici e la diversità della cultura gastronomica della popolazione residente hanno sospinto significativamente negli ultimi anni l'aumento dei consumi di prodotti alimentari. Al fine di soddisfare la crescita della domanda, si è verificato un sensibile incremento di punti vendita moderni al dettaglio, di ristoranti e di unità manifatturiere insieme a nuovi canali di fornitura di servizi. A loro volta, tali dinamiche hanno determinato una crescente dipendenza dalle importazioni, a causa della limitata disponibilità di terra arabile e di risorse idriche nonché delle condizioni climatiche torride e dell'aridità del territorio. Nonostante la recente fase di rallentamento ciclico indotta dal forte calo delle quotazioni petrolifere, la domanda per i prodotti alimentari, relativamente anelastica, è prevista proseguire il suo trend di crescita nel medio periodo, in un contesto di continua rapida espansione della base dei consumatori.

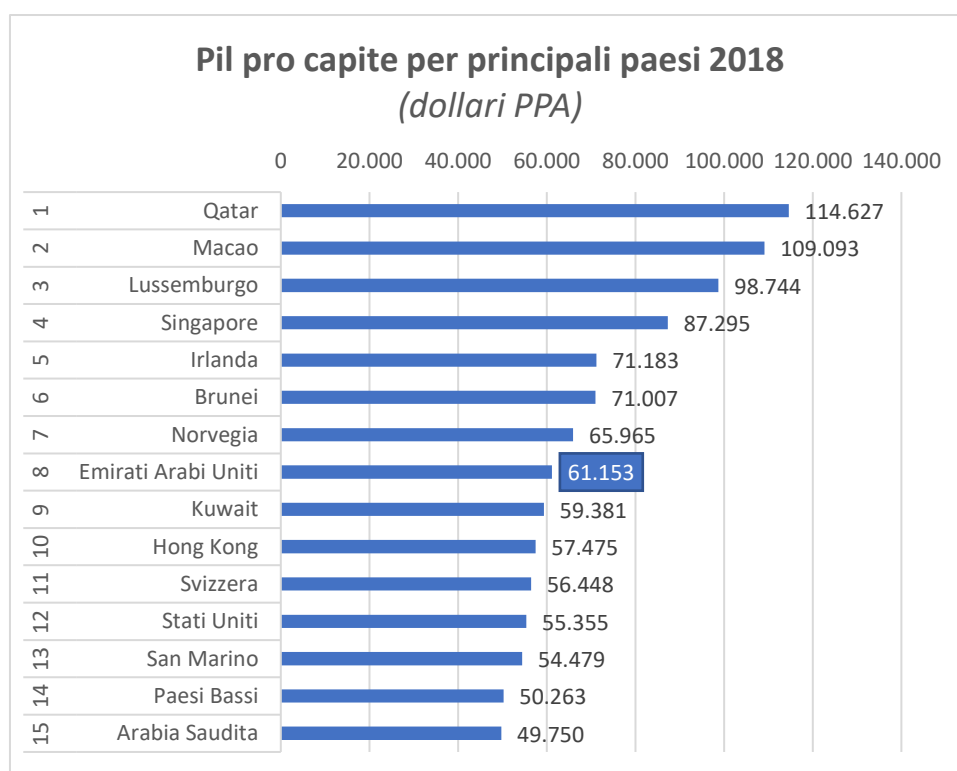


Fonte: FMI – World Economic Outlook – aprile 2018

La popolazione degli Emirati viene prevista espandersi ad un ritmo del 3 per cento all'anno per superare 11 milioni di abitanti nel 2020, rispetto agli attuali 10,1 milioni. Soprattutto i giovani e le classi lavoratrici stanno progressivamente sviluppando nuovi gusti e preferenze sospingendo la domanda per prodotti alimentari internazionali trasformati. Allo stesso tempo, esiste una crescente frequenza a consumare pasti fuori casa quale forma di socializzazione ed intrattenimento.



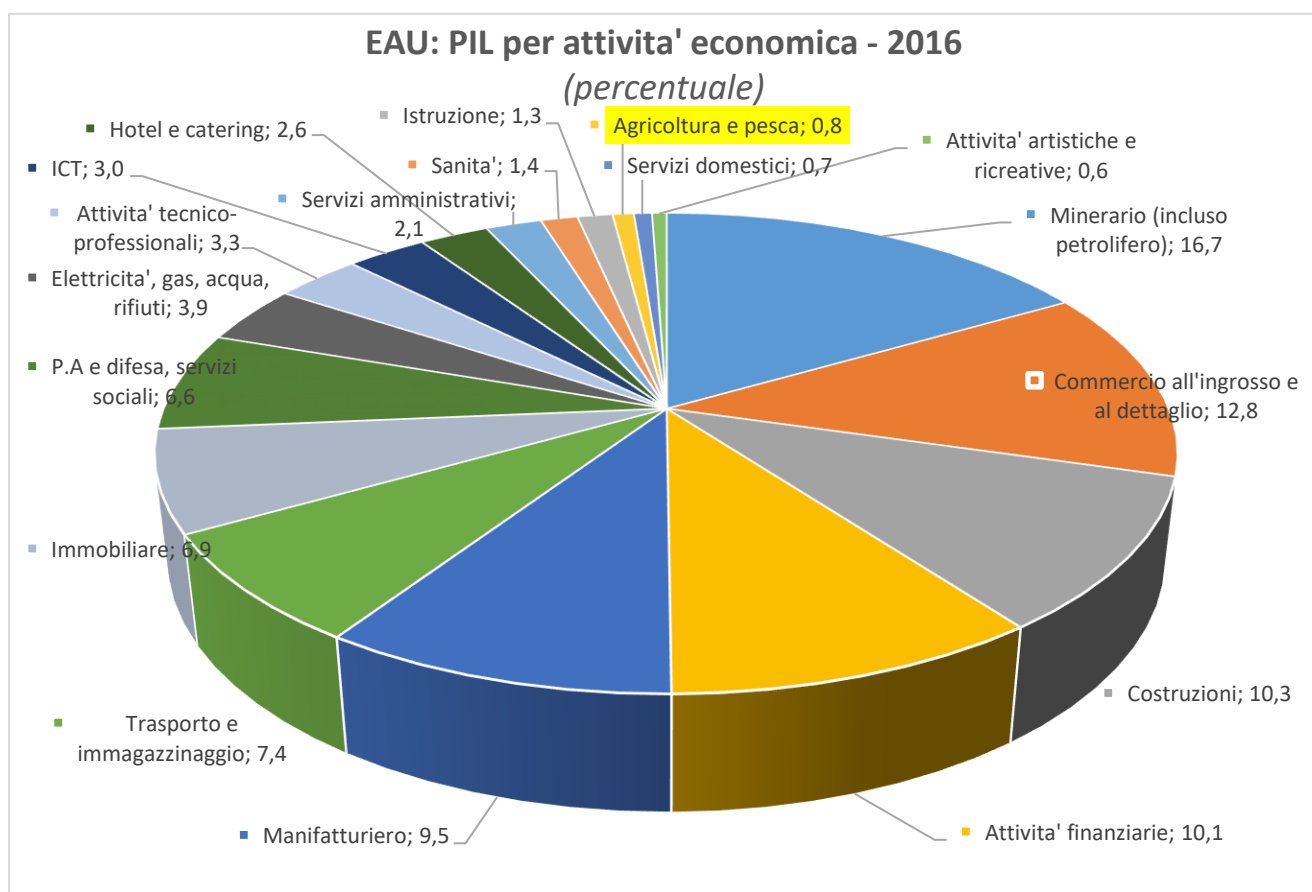
Fonte: Nazioni Unite



Fonte: FMI – World Economic Outlook – aprile 2018

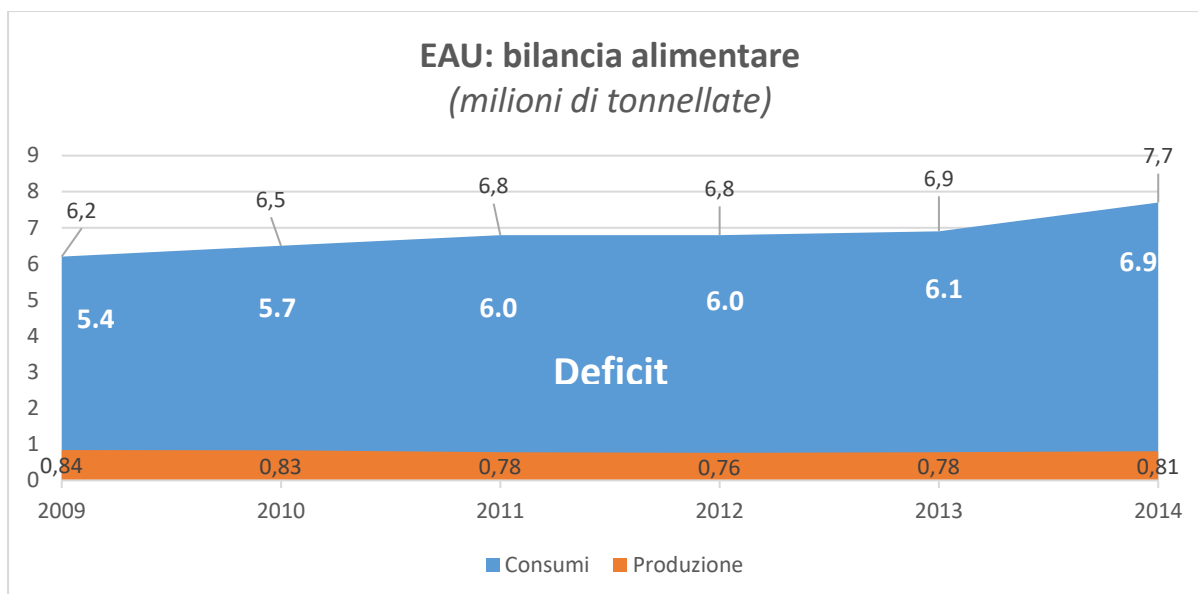
Il PIL pro capite degli Emirati Arabi Uniti viene stimato in oltre 61.000 dollari (alla parità dei poteri d'acquisto) ed è tra i più elevati al mondo e significativamente più elevato della media delle economie avanzate. Di conseguenza, i consumi di prodotti alimentari beneficiano degli elevati livelli di ricchezza del paese che alimentano forti volumi di importazione nonché investimenti diretti esteri finalizzati a conseguire sicurezza alimentare per il paese.

Gli Emirati Arabi Uniti sono un paese essenzialmente desertico, con un clima arido, scarsità di terra coltivabile e di risorse idriche ed un peso del settore primario dell'agricoltura e della pesca inferiore all'1 per cento del PIL. Di conseguenza il paese è costretto ad importare circa l'85 per cento del proprio fabbisogno di prodotti alimentari.



Fonte: Federal Competitiveness and Statistics Authority

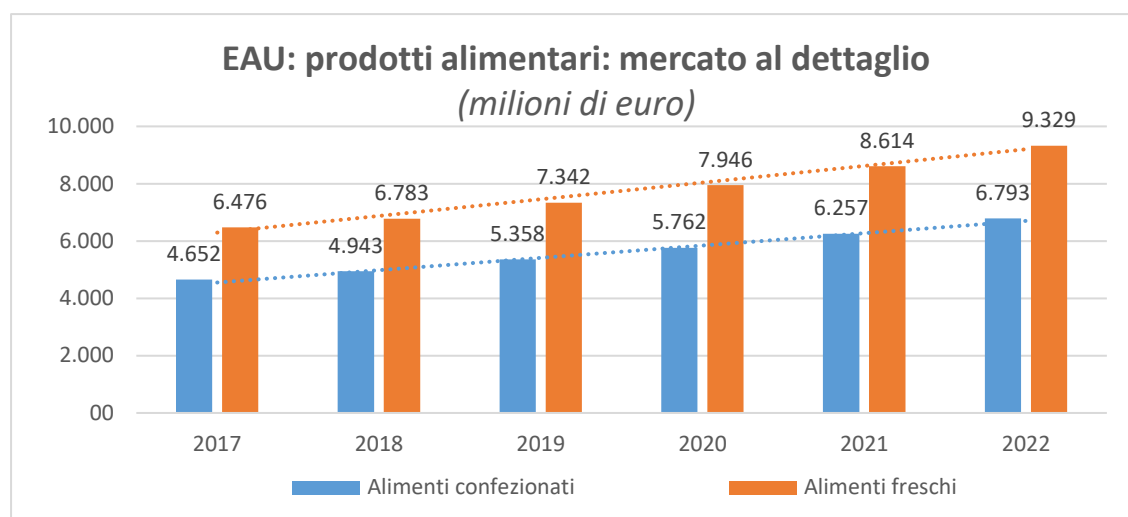
Nel 2014, ultime statistiche disponibili, la produzione di alimenti da parte degli EAU è stata pari a 807.000 tonnellate, sufficienti a sfruttare soltanto il 10,5% della domanda complessiva pari a 7,7 milioni di tonnellate.



Fonte: Alpen Capital

La produzione è rimasta largamente invariata negli ultimi anni, determinando un ampio deficit commerciale nella bilancia alimentare del paese. Datteri, pomodori, cetrioli e meloni sono i principali prodotti coltivati nel paese. Inoltre, vi sono alcune imprese locali dedite alla produzione di carne, latte e prodotti della pesca. Dal 2009 al 2014 il consumo di alimenti è aumentato ad un tasso annuale del 4,3 per cento. Cereali, frutta e verdura rappresentano le principali tre categorie di alimenti che rappresentano circa il 75 per cento del totale dei consumi alimentari del paese. Fra il 2009 e il 2014 il volume netto di importazioni è cresciuto ad un tasso annuale medio composto del 5 per cento fino a raggiungere 6,9 milioni di tonnellate. Gli Emirati Arabi Uniti sono anche un grande riesportatore di prodotti alimentari verso altri paesi del Golfo, Africa orientale, India, Pakistan e Russia. I principali prodotti da riesportazione sono caffè, tè, zucchero e riso.

Nel 2017, il valore complessivo del mercato al dettaglio è stato pari a oltre 11,7 miliardi di euro, costituito per il 60 per cento dai prodotti alimentari freschi e per il 40 per cento da quelli confezionati. Le previsioni per il periodo 2018-2021, formulate da Euromonitor International, indicano un incremento medio annuale a prezzi correnti tra l'8 e il 9 per cento per entrambe le categorie merceologiche per un aumento complessivo del valore del mercato di oltre il 50 per cento alla fine del periodo considerato.



Fonte: Euromonitor International

Pur avendo subito i contraccolpi del rallentamento congiunturale associato alla riduzione delle quotazioni petrolifere, il mercato ha mostrato una buona resilienza negli ultimi mesi, anche grazie al fatto che il paese rimane una importante destinazione per il turismo internazionale e meta per lo shopping specie dai paesi vicini.

Qui di seguito si forniscono i dettagli dei volumi di vendita al dettaglio per le due categorie di prodotti alimentari.

Alimenti freschi: volumi di vendita al dettaglio
(migliaia di tonnellate)

Categoria	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Alimenti freschi	1.367,3	1.474,2	1.584,6	1.700,5	1.810,6	1.916,7
Uova	40,1	40,7	42,3	43,9	45,8	47,2
Pesce	36,7	38,1	40,0	42,0	44,6	47,0
Frutta fresca	361,9	388,1	418,2	443,8	467,3	488,8
Carne	169,7	180,6	194,4	209,9	223,7	240,2
Frutta secca	43,9	47,1	50,3	53,5	56,9	60,5
Legumi	91,2	102,1	112,2	123,1	133,7	143,5
Patate e tuberi	120,5	126,5	131,5	136,5	141,2	146,0
Zuccheri e dolcificanti	64,4	67,0	70,0	73,8	76,5	79,8
Verdure	439,0	484,1	525,6	574,0	620,8	663,8

Fonte: Euromonitor International

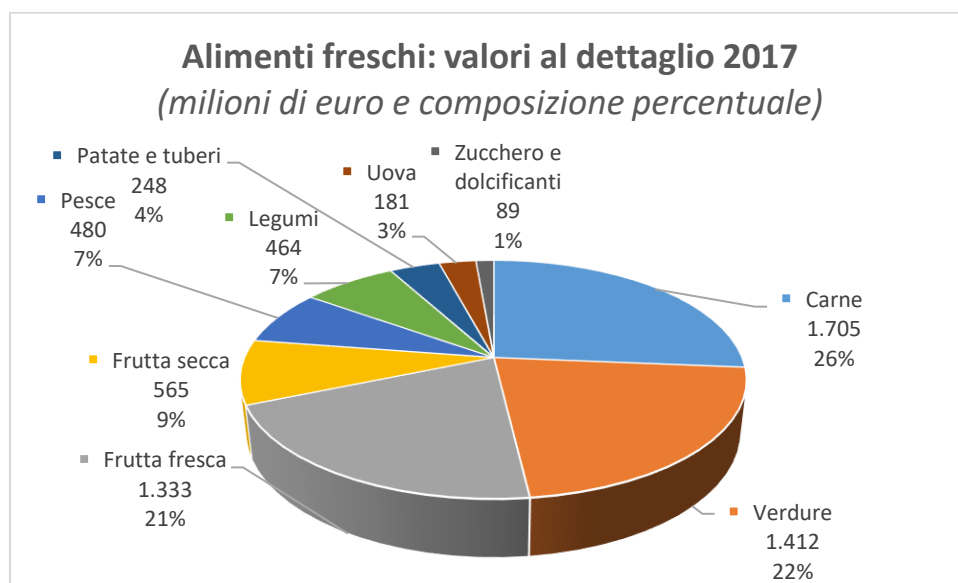
Alimenti confezionati: volumi di vendita al dettaglio
(migliaia di tonnellate)

Categoria	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Alimenti confezionati	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Prodotti per bambini	6,6	6,9	7,3	7,7	8,2	8,6
Prodotti da forno	150,2	157,6	166,7	176,6	186,0	195,7
Cereali per colazione	7,5	7,8	8,0	8,2	8,5	8,9
Prodotti dolciari	17,2	19,8	21,5	23,5	25,6	28,0
Gelati e dolci congelati	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Olii	52,4	54,5	56,8	58,7	60,8	61,5
Conserve di frutta e verdure	28,7	30,6	31,9	33,4	34,9	36,4
Prodotti lattiero-caseari	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Carne e pesce in scatola	21,9	23,3	24,6	26,0	27,5	29,1
Pasti pronti	1,4	1,5	1,6	1,6	1,7	1,8
Riso, pasta e noodles	162,9	172,2	181,4	190,4	200,0	210,4
Salse e condimenti	21,6	22,7	23,8	25,2	26,5	27,9
Merendine salate	24,7	26,7	29,2	32,2	35,5	39,3
Zuppe	1,4	1,5	1,5	1,6	1,7	1,7
Crème da spalmare	6,2	6,8	7,7	8,2	8,6	9,0
Biscotti dolci, barrette e merendine alla frutta	23,0	25,2	27,1	29,0	30,9	33,0

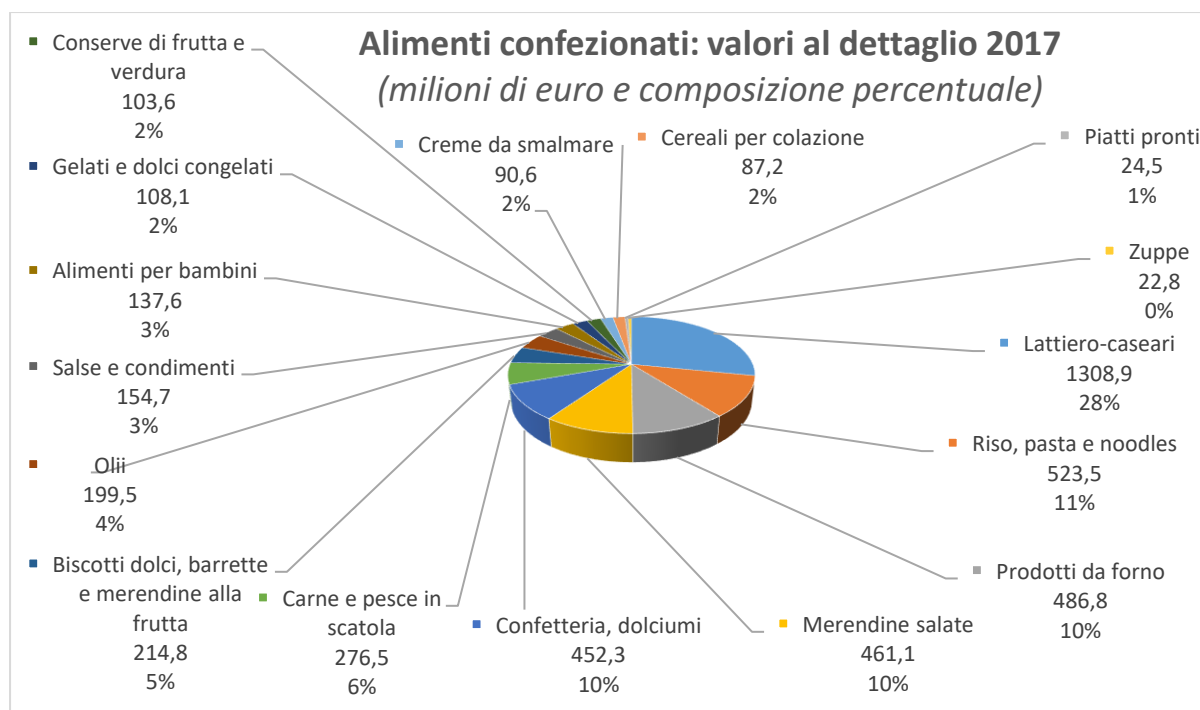
Fonte: Euromonitor International

Nell'ambito degli alimenti freschi, le verdure rappresentano la categoria merceologica con i maggiori volumi di vendita (663.000 tonn.), seguite dalla frutta fresca (448.000 tonn.) e dalla carne (240.000 tonn.). Per quanto concerne gli alimenti confezionati, i volumi più elevati si registrano nell'ambito della categoria riso, pasta e noodles (210.000 tonnellate), seguita dai prodotti da forno (circa 196.000 tonn.) e dagli olii (61.500 tonn.).

Per quanto riguarda le vendite al dettaglio, nell'ambito dei prodotti freschi la carne, con 1,7 miliardi di euro nel 2017 ha rappresentato la categoria con il più elevato fatturato al dettaglio, pari al 26 per cento del totale, seguita dalle verdure (1,4 miliardi di euro) e dalla frutta fresca (1,3 miliardi di euro).

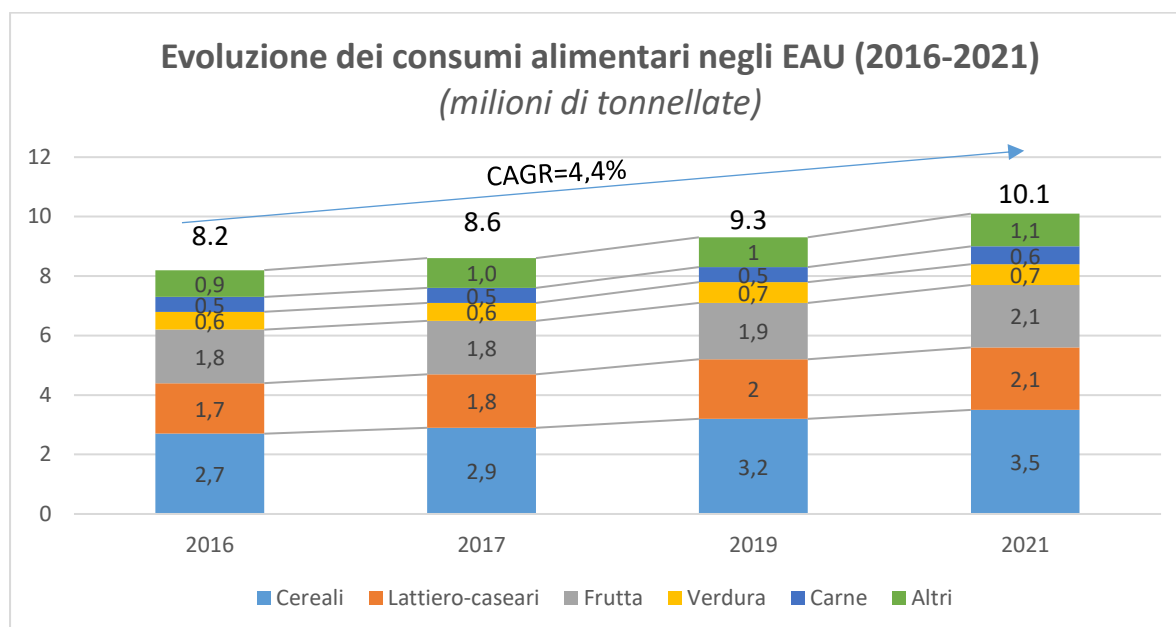


Fonte: Euromonitor International

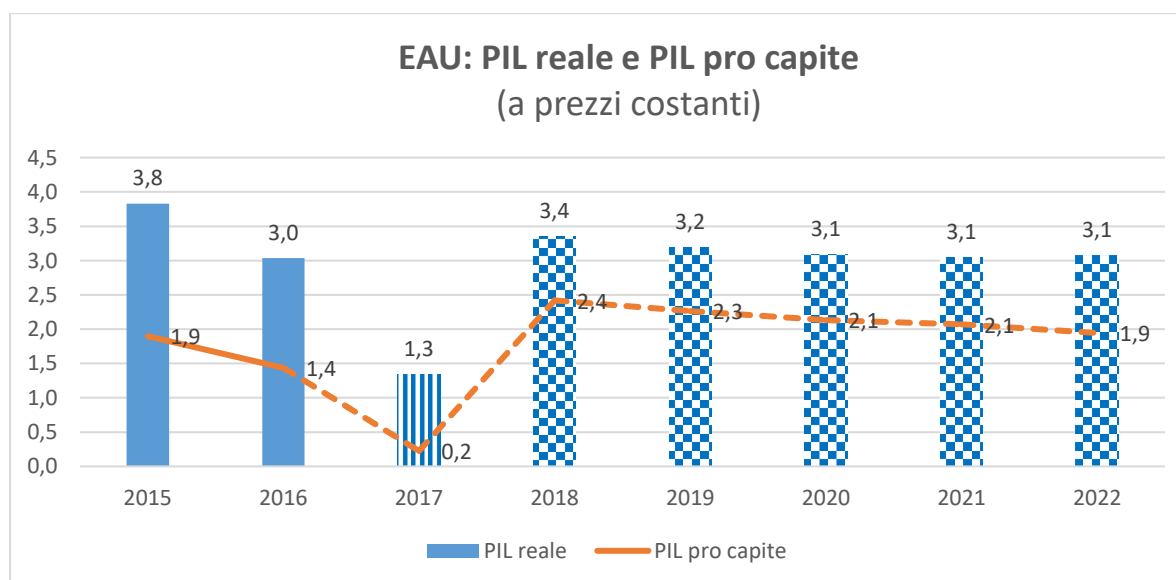


Fonte: Euromonitor International

Per i prodotti confezionati, i lattiero-caseari con un valore delle vendite pari a 1,3 miliardi di euro, corrispondente al 28 per cento del totale, nel 2017 sono stati il raggruppamento che ha registrato il maggior valore delle vendite al dettaglio, seguito da riso, pasta e noodles con 523,5 milioni di euro (11 per cento del totale) e i prodotti da forno con 486,8 milioni di euro (10 per cento).



Fonte: Alpen Capital



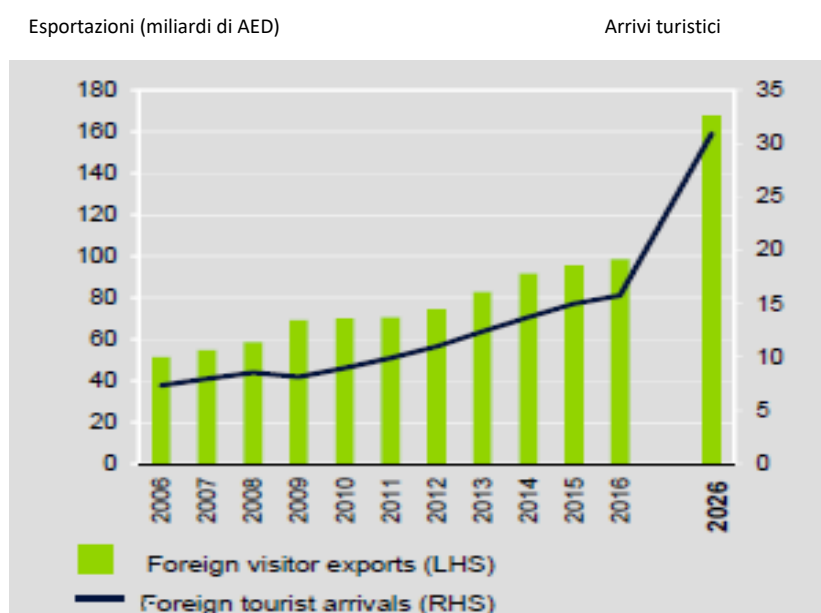
Fonte: FMI – World Economic Outlook – ottobre 2017

La cifra media spesa dalle famiglie per gli alimenti viene calcolata pari a 3.600 dollari l'anno.

Le previsioni in volume sui consumi ammontano a 10,1 milioni di tonnellate nel 2021, con una crescita media annuale del 4,4 per cento.

L'ampia base di consumatori, caratterizzata dall'elevata proporzione di espatriati e i cospicui livelli di reddito disponibile continueranno a sostenere la domanda di prodotti alimentari nel medio periodo. Anche gli arrivi turistici vengono previsti in forte incremento, parallelamente allo sviluppo di diverse attrazioni e alla citata organizzazione di Expo2020 per la quale, nei sei mesi dell'evento, si prevede un'affluenza di 25 milioni di visitatori. In un paese dove il numero di turisti è superiore alla popolazione residente, il turismo rappresenta una importante fonte di domanda alimentare.

Arrivi di visitatori stranieri ed esportazioni turistiche negli EAU



Fonte: World Travel and Tourism Council

Gli Emirati possiedono una popolazione relativamente giovane che gode di elevati standard di vita. Tuttavia, esistono sostanziali differenze tra i profili di consumo alimentare degli strati sociali ad alto reddito rispetto alla maggioranza dei residenti. Il prezzo rappresenta un fattore determinante per le decisioni di acquisto da parte dei consumatori a basso reddito, mentre è relativamente meno importante nei segmenti più ricchi della popolazione, per i quali i fattori discriminanti sono piuttosto la qualità dei prodotti e il loro marchio. La popolazione, in predominanza giovane e diversificata dal

punto di vista etnico e psicografico, sta sempre piu' attirando l'interesse dei marchi internazionali e anche un numero crescente di imprese specializzate nell'e-commerce.

Mangiare sano è un'altra tendenza sempre più popolare negli UAE, anche a causa dell'elevata prevalenza di malattie croniche di natura cardio-vascolare, come obesità, diabete ed ipertensione. Con stili di vita in continua evoluzione e una crescente attenzione alla cura del corpo ed alle generali condizioni di salute, i consumatori sono sempre piu' alla ricerca di cibi sani e quindi si orientano progressivamente verso prodotti biologici e caratterizzati da ingredienti genuini e dalla filiera controllata. Tali tendenze si sono tradotte in una rapida crescita della domanda di prodotti organici, a basso contenuto di grassi e senza glutine.

Occorre inoltre tenere in considerazione l'importanza degli Emirati Arabi Uniti, e di Dubai in particolare, quale importante piattaforma logistica internazionale che vede il paese fortemente attivo nei processi di intermediazione mercantile. Tale caratteristica, unitamente ai progetti in corso di costruzione di una mega-piattaforma di riesportazione (*Wholesale City*), è destinata ad incidere profondamente anche sulla domanda di prodotti agro-alimentari.

Con una comunità di espatriati che rappresenta l'88 per cento della popolazione residente, la società multiculturale che si è venuta a creare nel "melting pot" degli Emirati ha attivato una domanda variegata per uno spettro molto ampio di gusti gastronomici e culinari, oltre a quelli tradizionali arabi. Ovviamente, dal momento che la maggioranza della popolazione residente ha origini asiatiche, cio' si traduce in una prevalenza di commercializzazione dei prodotti alimentari appartenenti alla loro tradizione culinaria e gastronomica.

Esportazioni verso gli Emirati Arabi Uniti						
Prodotti alimentari						
Anno: 2015 - 2017						
	Paese dichiarante	Milioni Euro			variazione % 2017/2016	Quote %
		2015	2016	2017		
	Totale dei dichiaranti	11711	11743	11721	-0.19	100.0
1	India	1571	1751	1622	- 7,37	13.8
2	Brasile	940	949	983	3,60	8.4
3	Stati Uniti	1147	1041	927	- 10,98	7.9
4	Australia	553	446	508	13,79	4.3
5	Nuova Zelanda	465	332	490	47,64	4.2
6	Paesi Bassi	488	493	487	- 1,26	4.2
7	Canada	360	428	464	8,50	4.0
8	Regno Unito	441	423	402	- 5,02	3.4
9	Corea del Sud	299	373	390	4,67	3.3
10	Francia	375	375	364	- 2,93	3.1
11	Cina	375	403	347	- 13,92	3.0
12	Spagna	312	300	291	- 2,91	2.5
13	Germania	310	326	289	- 11,39	2.5
14	Indonesia	222	225	277	22,92	2.4
15	Italia	324	317	266	-16.1	2.3
16	Iran	321	272	260	- 4,35	2.2
17	Malaysia	221	227	259	14,17	2.2
18	Sudafrica	211	228	218	- 4,38	1.9
19	Thailandia	213	203	209	2,90	1.8
20	Egitto	241	200	204	2,34	1.7

Fonte: elaborazioni ITA su dati GTI

Nel 2017, le esportazioni di prodotti agro-alimentari verso gli EAU da parte dei paesi dichiaranti della banca dati IHS Markit (Global trade Information) hanno mostrato una sostanziale stabilità a 11,7 miliardi di euro. Occorre comunque tener presente che un importante paese esportatore sul mercato, l'Arabia Saudita, non rientra nell'ambito dei paesi dichiaranti.

A causa della forte presenza di espatriati negli EAU, il primo paese fornitore è risultato l'India, con vendite pari a 1,6 miliardi di euro ed una quota di mercato del 13,8 per cento, seguita dal Brasile con valori esportati di poco inferiori al miliardo di euro ed una quota dell'8,4 per cento. In terza posizione

della graduatoria si sono collocati gli Stati Uniti, con una quota del 7,9 per cento seguiti da Australia e Nuova Zelanda con quote rispettivamente pari al 4,3 e al 4,2 per cento. L'Italia si è collocata in quindicesima posizione con una quota di mercato del 2,3 per cento sul totale delle vendite estere sul mercato degli Emirati.

LA NORMATIVA PER LE IMPORTAZIONI

Gli Emirati Arabi Uniti fanno parte dell'area di integrazione regionale GCC (Gulf Cooperation Countries: Arabia Saudita, Bahrein, Emirati, Kuwait, Oman, Qatar). Il GCC lavora per favorire l'armonizzazione dei propri standard alimentari con quelli internazionali, come il Codex e l'OIE (Organizzazione per la Salute Animale). Nel 1993, il GCC ha ratificato il Gulf Standard 150/93 che stabilisce la durata di conservazione per 118 prodotti. Finora questo ha rappresentato il maggiore sforzo del GCC mirante all'armonizzazione della legislazione sui prodotti alimentari, anche se non tutti i paesi la applicano in maniera uniforme. Per la maggior parte, la legislazione emiratina si adegua agli standard del GCC, ove disponibili. In assenza è il General Secretary of Municipalities (GSM) a stabilire le regolamentazioni di sicurezza basate sulle raccomandazioni del National Food Safety Committee (NFSC), per quanto concerne i prodotti alimentari e del Veterinary Committee (VC) per le carni.

In ciascuna delle undici municipalità del paese, il rispettivo dipartimento per la salute detiene la responsabilità per l'applicazione degli standard di sicurezza alimentare sugli alimenti prodotti localmente o importati attraverso la propria sezione di controllo alimentare. Pur se esista una condivisione delle informazioni, ognuna delle municipalità opera indipendentemente l'una dall'altra. Le municipalità di Dubai, Abu Dhabi e Sharjah rappresentano i principali punti di ingresso per i prodotti alimentari, in ordine decrescente per volumi e valori.

I prodotti alimentari vengono regolarmente ispezionati all'importazione, presso i siti di produzione e i punti vendita.

I prodotti alimentari vengono importati da più di 90 paesi e il paese è molto attivo nell'attività di riesportazione verso i paesi vicini, con una stima del 60 per cento del valore importato destinato alla riesportazione. Per quanto il commercio sia liberalizzato, esistono alcune specifiche barriere non tariffarie, quali, ad esempio, il fatto che le date di scadenza non sempre coincidono con indicazioni scientifiche o il requisito che, al momento dell'importazione, il prodotto deve avere almeno la metà del suo periodo di validità.

Nel gennaio del 2013, gli EAU hanno applicato la tariffa doganale unificata valida per tutti i paesi GCC sui prodotti alimentari. I dazi che gravano sui prodotti alimentari sono pari al 5% mentre sono assenti per i prodotti di base: frutta e verdura fresca, pesce, cereali, farina, tè, zucchero, spezie non presentano dazio; il dazio viene applicato una sola volta nel primo punto di ingresso all'interno del GCC. Dal 1° gennaio 2018, inoltre, è stata introdotta per la prima volta la Tassa sul Valore Aggiunto (VAT) con un'aliquota del 5 per cento, al momento soltanto per gli EAU e l'Arabia Saudita.

Dal 2008, negli Emirati Arabi Uniti tutti i prodotti alimentari importati devono essere muniti di etichettature in arabo anche sugli imballaggi. Le etichette possono essere stampate e apposte sopra alla confezione come adesivi.

Tra le informazioni da indicare: denominazione del prodotto, ingredienti, additivi, paese d'origine, peso, data di produzione e data di scadenza, indicazione del lotto e della ditta produttrice.

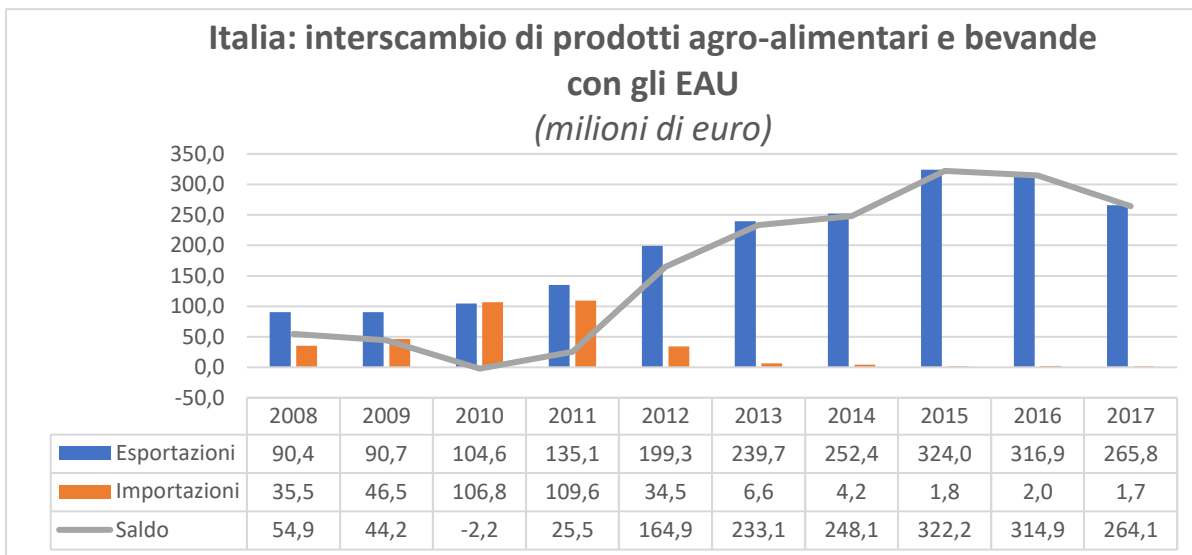
Mentre la normativa sugli imballaggi è sostanzialmente coerente in tutta l'area GCC, le scadenze consentite per i singoli prodotti variano da Paese a Paese e negli EAU addirittura a volte da un Emirato all'altro, in virtù di specifiche prescrizioni municipali.

Non esistono limitazioni particolari all'importazione di prodotti alimentari, eccetto determinate restrizioni per la carne di maiale e per le sostanze alcoliche (che possono essere importate solo da distributori autorizzati).

I prodotti alimentari importati devono essere accompagnati da certificato di origine e certificato sanitario. Prima di procedere all'importazione, il prodotto deve essere registrato e la sua etichetta deve essere sottoposta ad approvazione (sistema FIRS on line).

INTERSCAMBIO DI PRODOTTI AGRO-ALIMENTARI CON L'ITALIA

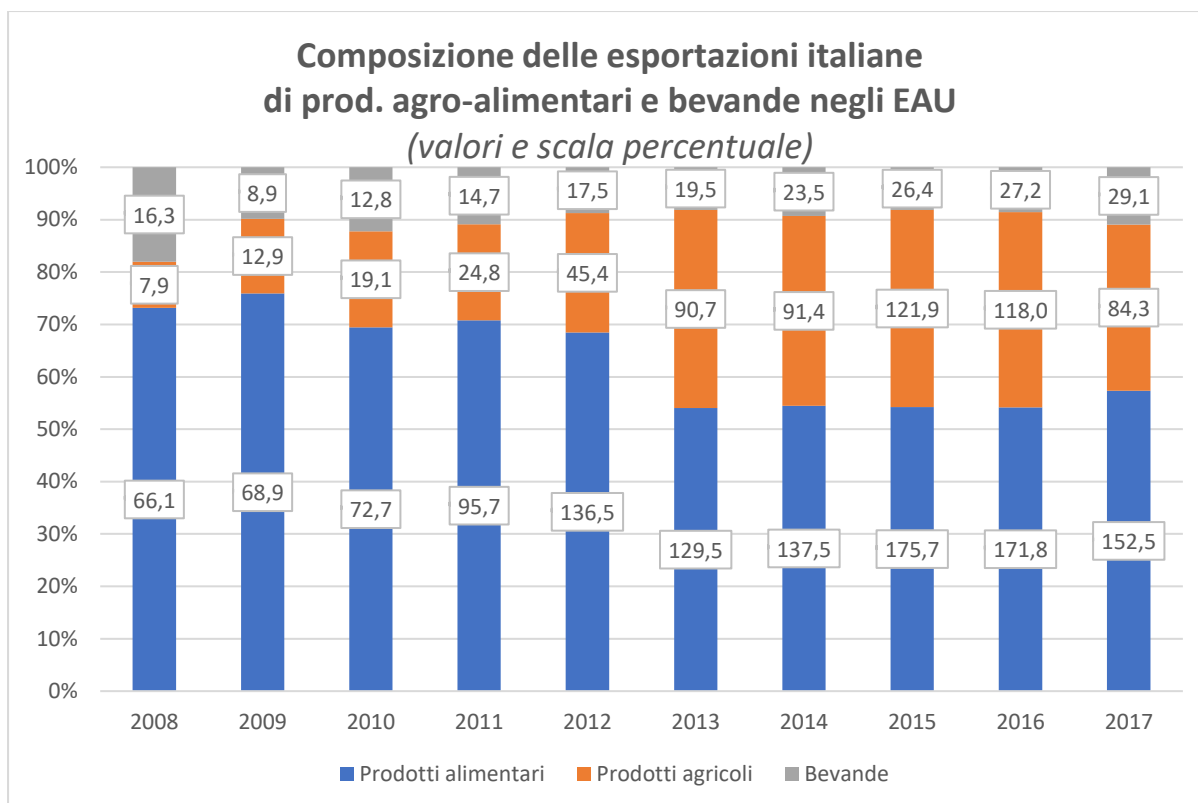
Gli Emirati Arabi Uniti sono il venticinquesimo paese di destinazione per le esportazioni agro-alimentari italiane.



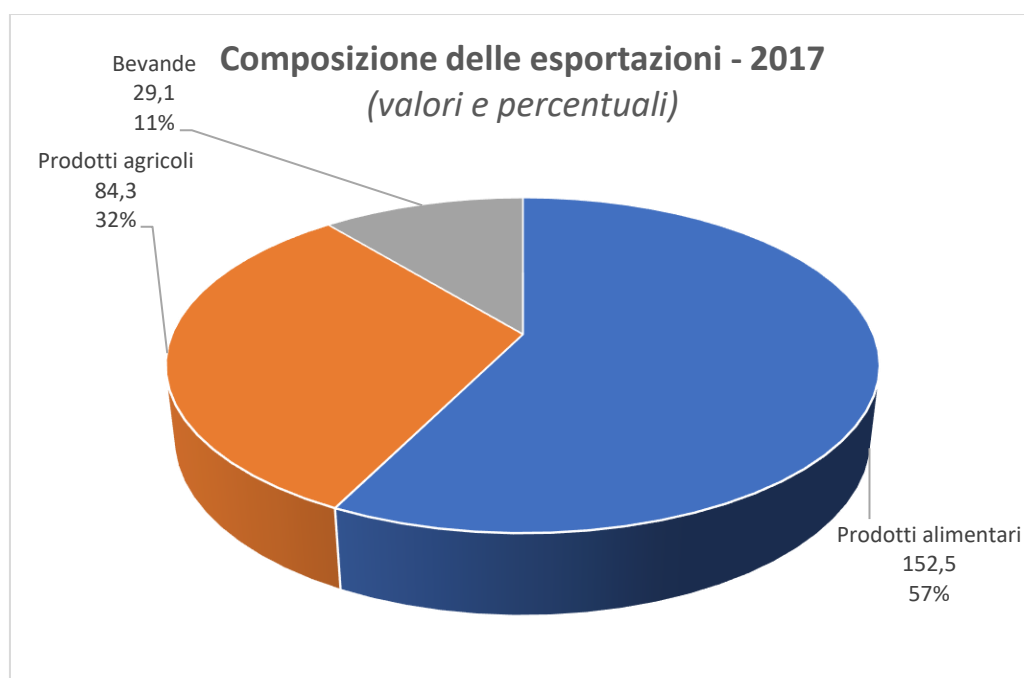
Fonte: elaborazioni ITA su dati ISTAT

Nel 2017 le esportazioni dell'Italia di prodotti agro-alimentari verso gli Emirati Arabi Uniti sono state pari a 265,8 milioni di euro, con una riduzione del 16,1 per cento rispetto al 2016 e del 18 per cento rispetto al valore massimo registrato nel 2015 (324 milioni di euro). Le importazioni sono state pari a 1,7 milioni di euro, facendo registrare una flessione del 13,5 per cento. Il surplus commerciale nel 2017 è stato quindi pari a 264,1 milioni di euro, inferiore di 51 milioni rispetto a quello dell'anno precedente.

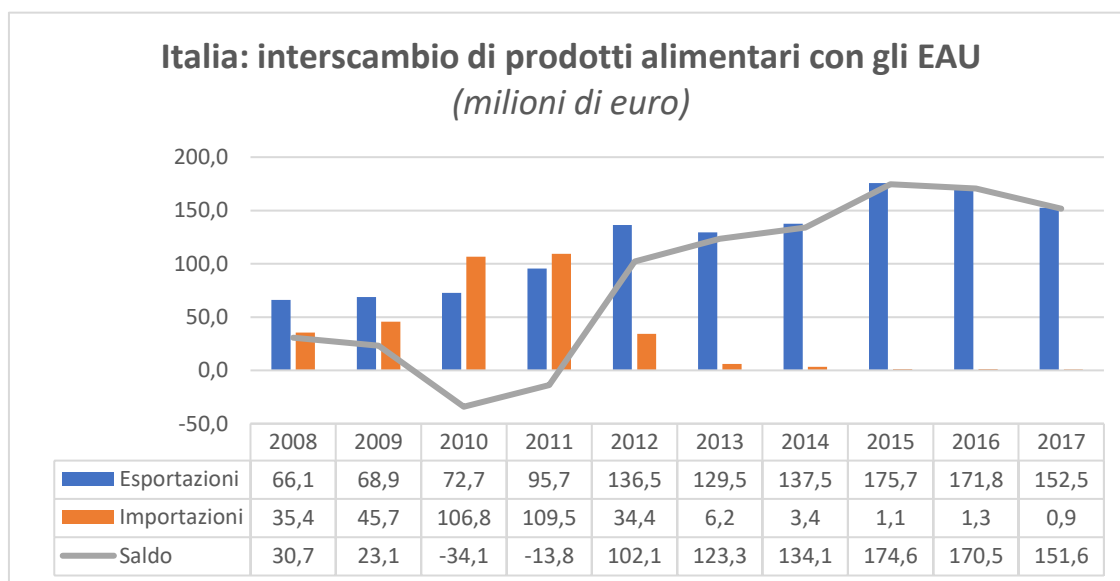
La composizione percentuale delle principali categorie merceologiche mostra come, nel 2017, le vendite di prodotti alimentari rappresentino il 57 per cento del totale (rappresentavano circa il 73 per cento nel 2008), seguite da quelle di derrate agricole con il 32 per cento (9 per cento nel 2008) e dalle bevande con l'11 per cento (18 per cento nel 2008). Negli ultimi anni, si è quindi verificata un'espansione delle vendite di prodotti agricoli, nell'ambito della composizione percentuale aggregata, rispetto alle altre due categorie merceologiche.



Fonte: elaborazioni ITA su dati ISTAT



Fonte: elaborazioni ITA su dati ISTAT



Fonte: elaborazioni ITA su dati ISTAT

Nel 2017, le esportazioni dell'Italia di prodotti alimentari verso gli EAU sono state pari a circa 152,5 milioni di euro, facendo registrare un ridimensionamento dell'11,2 per cento rispetto al 2016. Il surplus è stato pari a 151,6 milioni di euro, con una riduzione annuale di circa 19 milioni di euro.

Esportazioni italiane di prodotti alimentari negli EAU (migliaia di euro)

Categorie	Esportazioni		
	2016	2017	Var %
Altri prodotti alimentari	84.535	68.039	-19,5
Prodotti da forno e farinacei	29.878	27.727	-7,2
Frutta e ortaggi lavorati e conservati	20.887	21.808	4,4
Prodotti delle industrie lattiero-casearie	12.929	12.950	0,2
Carne lavorata e conservata e prodotti a base di carne	3.686	5.442	47,7
Oli e grassi vegetali e animali	5.904	5.354	-9,3
Pesce, crostacei e molluschi lavorati e conservati	3.521	3.923	11,4
Granaglie, amidi e di prodotti amidacei	3.725	3.813	2,4
Prodotti per l'alimentazione degli animali	6.689	3.403	-49,1
Totale	171.753	152.459	-11,2

Fonte: elaborazioni ITA su dati ISTAT

All'interno della categoria merceologica dei prodotti alimentari, il gruppo dal valore più consistente (68 milioni di euro) è costituito dal gruppo definito "altri prodotti alimentari" che ha sperimentato

una contrazione annuale del 19,5 per cento. Al secondo posto figurano i prodotti da forno e farinacei, le cui vendite, pari a 27,7 milioni di euro, sono diminuite del 7,2 per cento rispetto al 2015. Seguono i prodotti ortofrutticoli, con vendite pari a circa 22 milioni che, in controtendenza, hanno fatto registrare un incremento del 4,4 per cento e i prodotti delle industrie lattiero-casearie (circa 13 milioni, pressoché stazionarie). Molto forte si è rivelato l'incremento delle vendite italiane di carni (+47,7 per cento, per un ammontare di 5,4 milioni di euro). Al contrario, le esportazioni di oli e grassi vegetali ed animali hanno mostrato una flessione annuale del 9,3 per cento, mentre sono cresciute dell'11,4 per cento le esportazioni di prodotti della pesca.

Esportazioni italiane di altri prodotti alimentari negli EAU (migliaia di euro)

Categorie	Esportazioni		
	2016	2017	Var %
Cacao in polvere, cioccolato, caramelle e confetterie	50.936	34.027	-33,2
Tè e caffè	12.074	11.441	-5,2
Pasti e piatti pronti (preparati, conditi, cucinati e confezionati)	10.795	11.417	5,8
Altri prodotti alimentari n.c.a	5.411	5.857	8,2
Condimenti e spezie	4.945	4.714	-4,7
Preparati omogeneizzati e alimenti dietetici	371	557	50,4
Zucchero	3	26	726,5
Totale	84.535	68.039	-19,5

Fonte: elaborazioni ITA su dati ISTAT

Per quanto concerne la categoria più consistente, quella degli altri prodotti alimentari, per il 50 per cento è composta dai prodotti della cioccolateria e confetteria che, nel 2017, hanno fatto registrare una consistente riduzione (-33,2 per cento rispetto al 2016 per un valore di 34 milioni di euro), seguiti da tè e caffè, con vendite pari a 11,4 milioni e una flessione del 5,2 per cento. Al terzo posto figurano i pasti e piatti pronti con un incremento annuale pari al 5,8 per cento, precedendo la categoria residuale degli altri prodotti alimentari (5,9 milioni di euro) e i condimenti e le spezie (4,7 milioni di euro).

Il secondo gruppo per importanza dei valori esportati, all'interno della categoria dei prodotti alimentari, è quello dei prodotti da forno e farinacei che, al proprio interno, ha visto le fette

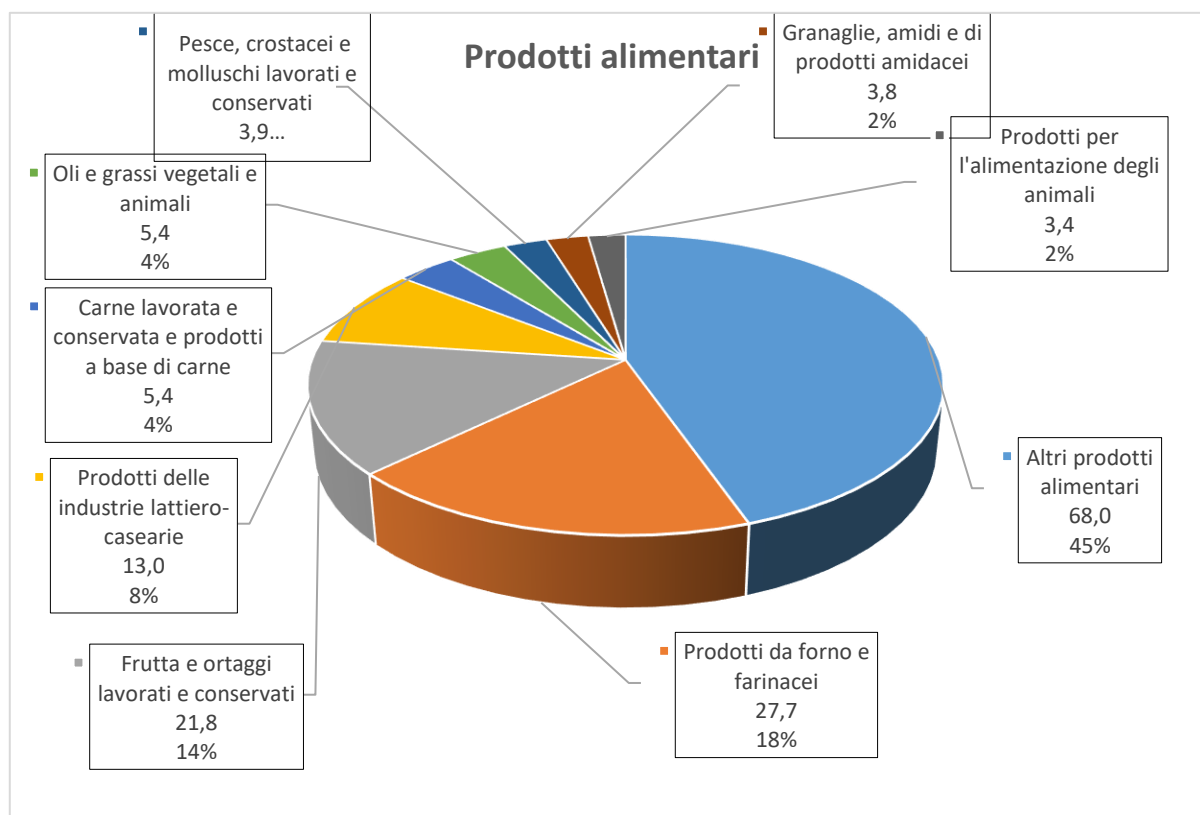
biscottate e i biscotti quale principale raggruppamento merceologico per valore delle esportazioni sul mercato degli EAU che sono state pari ad oltre 19 milioni di euro con un aumento del 7,4 per cento rispetto al 2016. Al secondo posto, al contrario, la pasta ha fatto registrare una netta flessione annuale dei valori esportati pari a circa il 32 per cento rispetto all'anno precedente.

Esportazioni italiane di prodotti da forno e farinacei negli EAU (migliaia di euro)

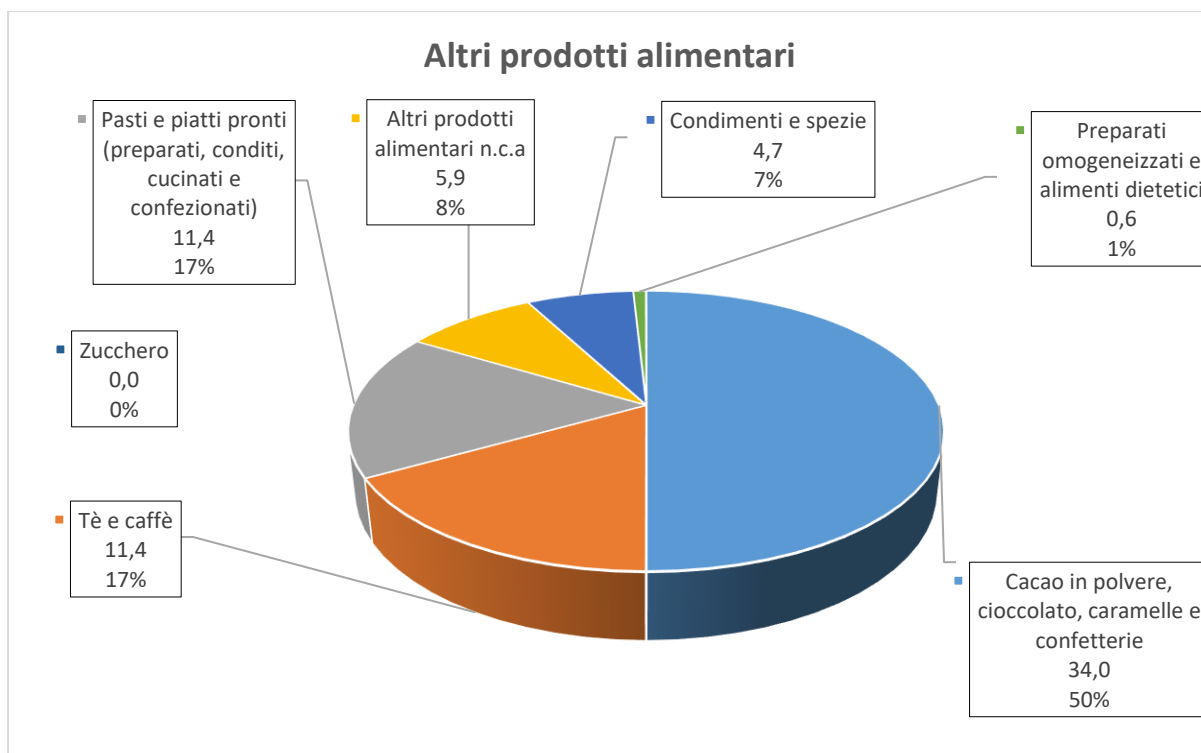
Categorie	Esportazioni		
	2016	2017	Var %
Fette biscottate, biscotti; prodotti di pasticceria conservati	17.773	19.095	7,4
Paste alimentari, di cuscus e di prodotti farinacei simili	10.928	7.451	-31,8
Pasticceria fresca	707	734	4,0
Pane e prodotti di panetteria freschi	471	447	-5,0
Totale	29.878	27.727	-7,2

Fonte: elaborazioni ITA su dati ISTAT

Italia: esportazioni di prodotti alimentari e di altri prodotti alimentari verso gli EAU – 2017 (milioni di euro e composizione percentuale)

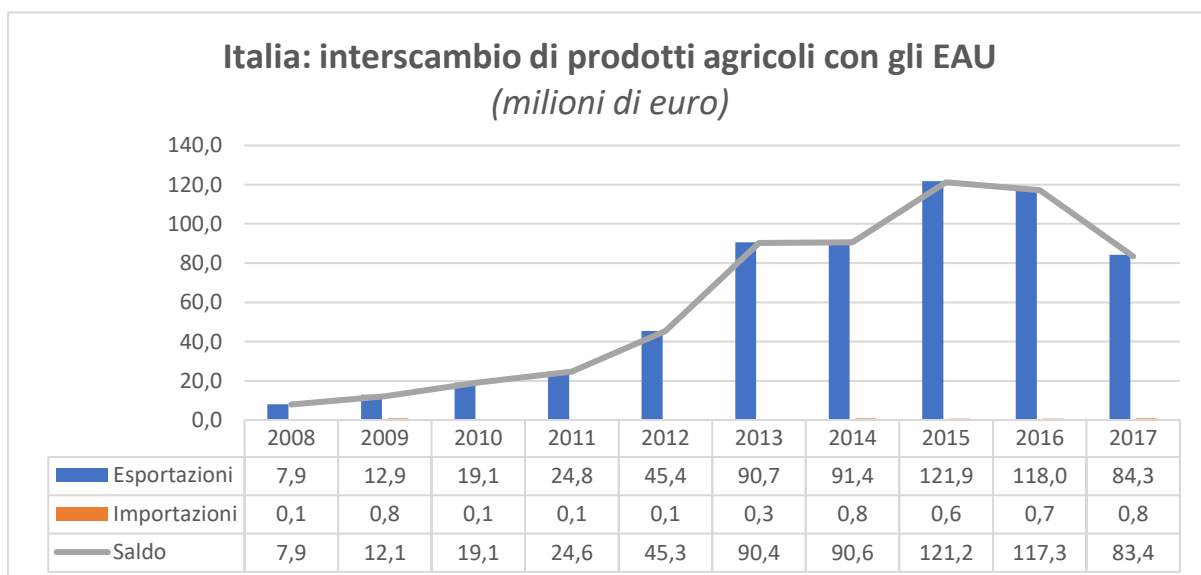


Fonte: elaborazioni ITA su dati ISTAT



Fonte: elaborazioni ITA su dati ISTAT

PRODOTTI AGRICOLI



Fonte: elaborazioni ITA su dati ISTAT

Nel 2017, le esportazioni di prodotti dell'agricoltura, pesca e silvicoltura sono state pari a 84 milioni di euro, facendo registrare una riduzione del 28,6 per cento rispetto al 2016. All'interno dell'aggregato merceologico, la categoria più importante per valore delle esportazioni sul mercato

degli EAU, pari al oltre il 58 per cento delle esportazioni aggregate, è costituita dai prodotti delle colture non permanenti, le cui vendite nel 2017 sono state pari a circa 50 milioni di euro, facendo registrare una forte flessione del 33,8 per cento rispetto all'anno precedente. Al secondo posto si sono collocate le esportazioni di colture permanenti, anch'esse in contrazione pari al 24,7 per cento.

Italia: esportazioni di prodotti agricoli verso gli EAU (migliaia di euro)

Categorie	Esportazioni		
	2016	2017	Var %
Prodotti di colture agricole non permanenti	74.335	49.184	-33,8
Prodotti di colture permanenti	41.701	31.400	-24,7
Piante vive	593	1.078	81,6
Animali vivi e prodotti di origine animale	735	1.969	168,0
Prodotti vegetali di bosco non legnosi	273	232	-15,1
Pesci ed altri prodotti della pesca; prodotti dell'acquacoltura	195	240	23,3
Legno grezzo	109	152	39,5
Piante forestali e altri prodotti della silvicoltura	30	.	-
			100,0
Totale	117.971	84.255	-28,6

Fonte: elaborazioni ITA su dati ISTAT

All'interno delle colture non permanenti, i gruppi più importanti sono rappresentati da categorie non rilevanti per l'alimentazione umana, quali piante da foraggio e tabacco, tuttavia entrambi con riduzione pari rispettivamente al 41 per cento e al 16,7 per cento rispetto alle vendite del 2016.

Italia: esportazioni di prodotti di colture non permanenti verso gli EAU (migliaia di euro)

Categorie	Esportazioni		
	2016	2017	Var %
Piante da foraggio e di altre colture non permanenti	57.647	33.987	-41,0
Tabacco	12.545	10.444	-16,7
Ortaggi	3.436	4.234	23,2
Cereali (escluso il riso)	431	285	-34,0
Fiori, anche recisi, e sementi per fiori	101	109	7,9
Patate	79	51	-35,6
Legumi da granella	70	47	-33,4
Semi oleosi	26	16	-39,7
Piante per la preparazione di fibre tessili	.	9	.
Barbabietola da zucchero	.	4	.
Canna da zucchero	.	.	.
Riso	.	.	.
Totale	74.335	49.184	-33,8

Fonte: elaborazioni ITA su dati ISTAT

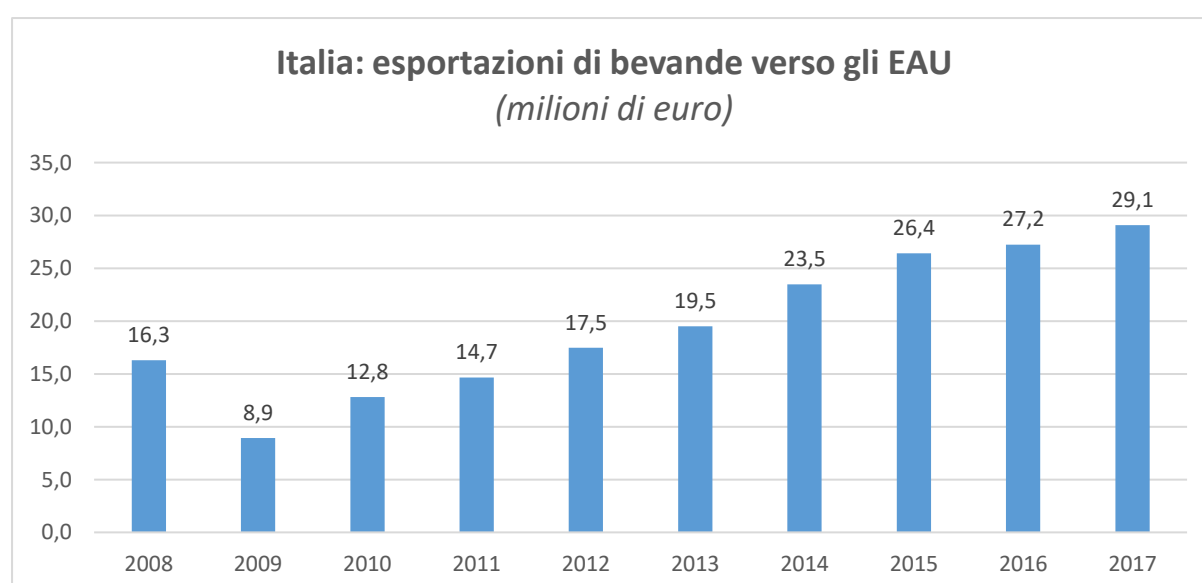
Nell'ambito delle colture permanenti, il segmento dal valore più importante, in termini di vendite italiane sul mercato, è costituito dalle pomacee e della frutta a nocciolo, con un valore delle esportazioni pari a circa 21 milioni di euro, registrando una riduzione del 21,3 per cento rispetto all'anno precedente. Altri prodotti esportati di questa categoria sono i frutti di bosco e la frutta in guscio, con un valore delle vendite di 6 milioni di euro, e l'uva, le cui esportazioni sono state pari a 4,2 milioni di euro nel 2016, in forte flessione di circa il 42 per cento rispetto all'anno precedente.

Italia: esportazioni di prodotti di colture permanenti verso gli EAU (migliaia di euro)

Categorie	Esportazioni		
	2016	2017	Var %
Pomacee e frutta a nocciolo	26.516	20.857	-21,3
Altri alberi da frutta, frutti di bosco e frutta in guscio	7.679	6.087	-20,7
Uva	7.193	4.206	-41,5
Piante per la produzione di bevande	79	164	108,9
Spezie, piante aromatiche e farmaceutiche	37	74	100,4
Frutti oleosi	43	11	-74,5
Agrumi	116	1	-98,9
Frutta di origine tropicale e subtropicale	39	.	-
Altre colture permanenti (inclusi alberi di Natale)	.	.	100,0
Totale	41.701	31.400	-24,7

Fonte: elaborazioni ITA su dati ISTAT

BEVANDE



Fonte: elaborazioni ITA su dati ISTAT

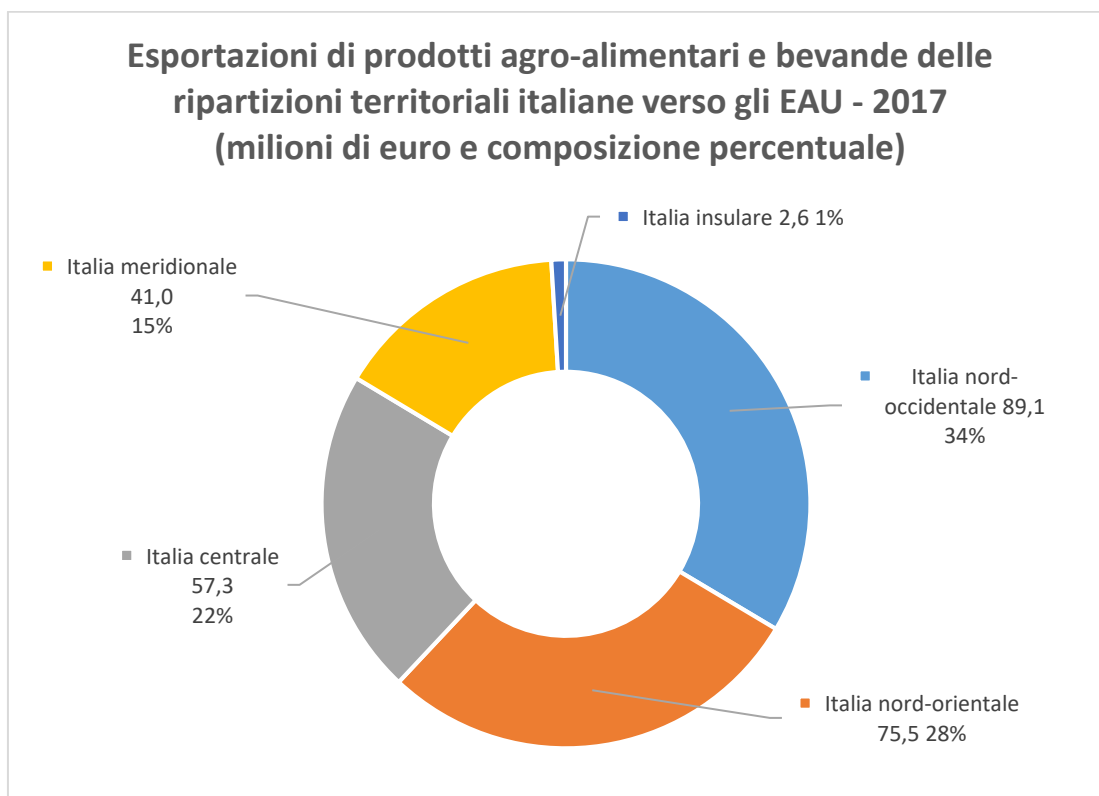
Nel 2017, il segmento delle bevande è l'unico delle tre categorie merceologiche dei prodotti agro-alimentari a far registrare un incremento delle vendite, pari al 6,8 per cento rispetto al 2016, che hanno raggiunto il loro valore massimo storico di 29,1 milioni di euro.

Italia: esportazioni di bevande verso gli EAU
(migliaia di euro)

Categorie	Esportazioni		
	2016	2017	Var %
Bibite analcoliche, acque minerali e altre acque in bottiglia	9.619	10.353	7,6
Vini da tavola e vini di qualità prodotti in regioni determinate (v.q.p.r.d.)	7.948	7.534	-5,2
Bevande alcoliche distillate, rettifiche e miscelate	3.476	4.869	40,1
Vino spumante e altri vini speciali	3.263	3.697	13,3
Birra	2.795	2.387	-14,6
Altre bevande fermentate non distillate	117	212	81,2
Sidro e altri vini a base di frutta	.	17	.
Malto	.	.	.
Totale	27.218	29.069	6,8

Fonte: elaborazioni ITA su dati ISTAT

Il segmento dalle vendite maggiori, all'interno dell'aggregato, è stato quello delle bibite analcoliche e delle acque minerali, con un valore di 10,4 milioni di euro ed un incremento annuale del 7,6 per cento. Al secondo posto, si sono collocati i vini, per un ammontare delle esportazioni di 7,5 milioni di euro ma in flessione tendenziale del 5,2 per cento, che hanno preceduto in valore i distillati alcolici che hanno fatto registrare un forte incremento superiore al 40 per cento rispetto al 2016, per un valore complessivo pari a circa 4,9 milioni di euro. Al quarto posto della graduatoria si sono collocati gli spumanti, per un valore delle esportazioni di 3,7 milioni di euro ed un aumento del 13,3 per cento, seguiti dalla birra (2,4 milioni di euro) con vendite in flessione del 14,6 per cento.

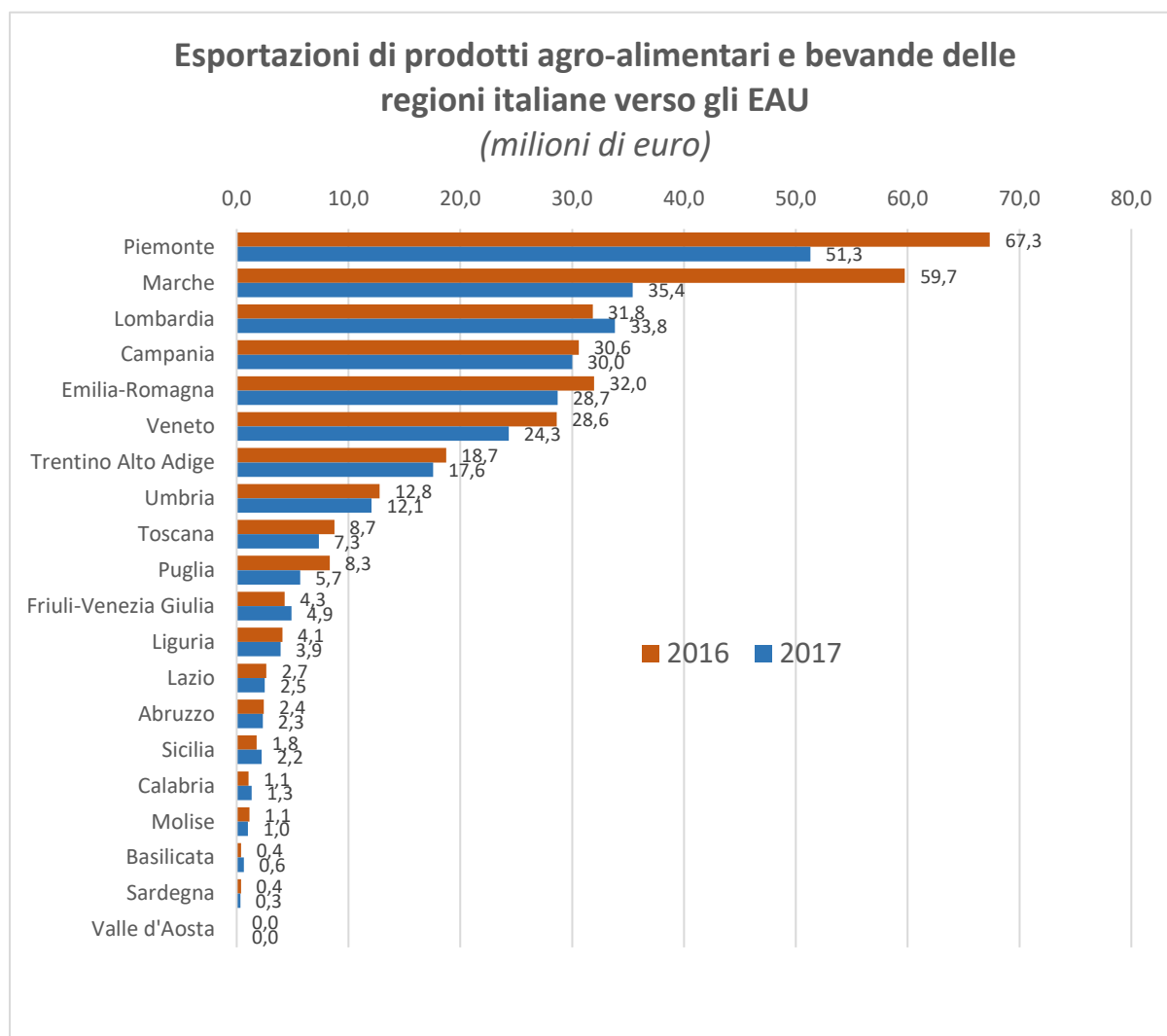


Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

I dati regionali per il 2017 indicano che le esportazioni dell'Italia di prodotti agro-alimentari verso gli EAU sono provenuti per il 34 per cento dalle Regioni dell'Italia nord-occidentale, per il 28 per cento dalle Regioni dell'Italia nord-orientale, per il 22 per cento dall'Italia centrale, per il 15 per cento dall'Italia meridionale e per solo l'1 per cento dall'Italia insulare.

In particolare, nel 2017 le principali Regioni esportatrici di prodotti agro-alimentari verso gli EAU sono state il Piemonte, in prima posizione con un valore di 51,3 milioni di euro (in contrazione del 23,8 per cento rispetto al 2016) ed una incidenza di circa un quinto (19,3 per cento) sul totale, seguito dalle Marche (35,4 milioni di euro, pari al 13,3 per cento del totale) le cui vendite (35,4 milioni di euro) hanno subito una flessione annuale molto consistente (-40,7 per cento), dalla Lombardia che, al contrario, ha registrato un incremento del 6,3 per cento delle proprie vendite (in totale pari a 33,8 milioni di euro, con una quota del 12,7 per cento), dall'Emilia Romagna (10,8 per cento del totale con

una sensibile contrazione del 10,2 per cento), e dal Veneto (9,2 per cento, con una riduzione del 15 per cento rispetto al 2016).



Fonte: elaborazioni ITA su dati ISTAT

Se si limita l'analisi ai soli prodotti alimentari, nel 2017 è ancora il Piemonte la prima regione italiana esportatrice sul mercato degli EAU, per una quota del 28,9 per cento del totale e valori in flessione del 29,6 per cento rispetto al 2016. Tuttavia è la Campania la Regione che si colloca al secondo posto della graduatoria, per un'incidenza del 17,5 per cento del totale, precedendo la Lombardia (12,2 per cento) e l'Emilia Romagna (12 per cento).

Nel 2016, è stata la Calabria la Regione che ha fatto registrare l'incremento delle vendite più cospicuo rispetto all'anno precedente (+42,7 per cento), seguita dalla Sicilia (+40 per cento) e dalla

Sardegna(+35,5 per cento), tuttavia tutte e tre sulla base di valori relativamente esigui. Al contrario, con una contrazione del 65,4 per cento rispetto al 2016, sono state le Marche ad aver subito la diminuzione più consistente delle proprie esportazioni di prodotti alimentari sul mercato.

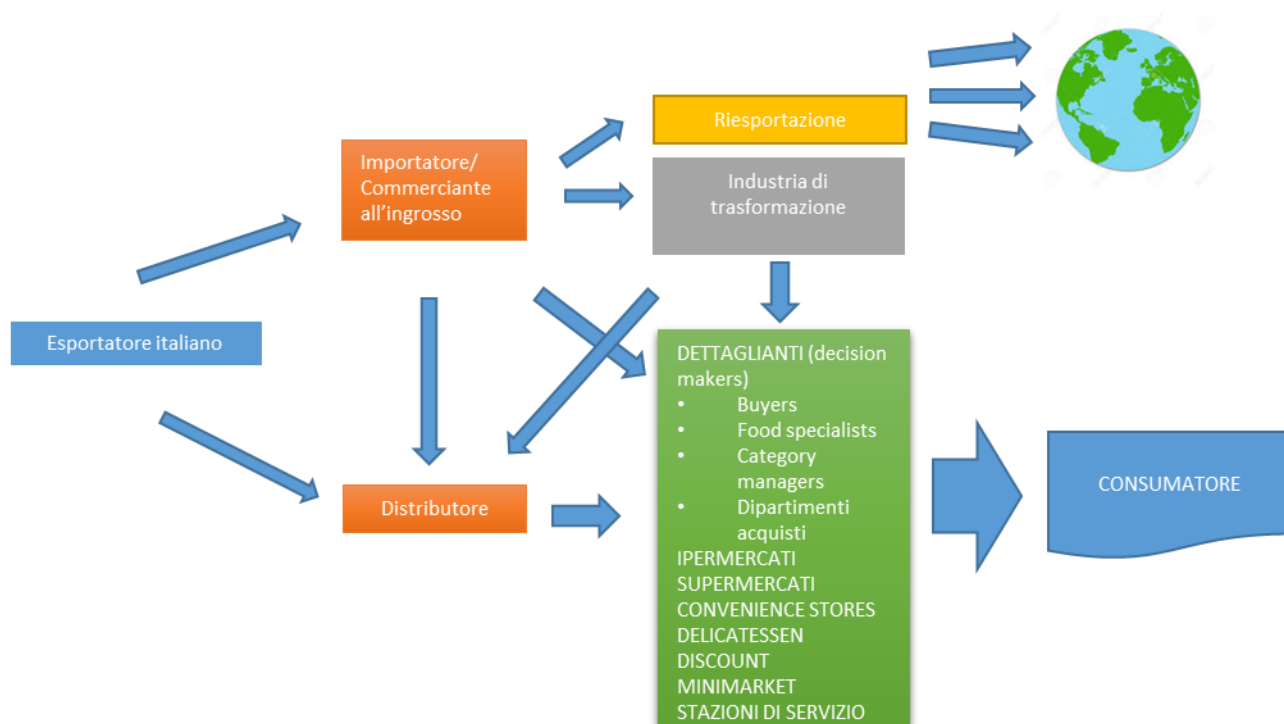
Esportazioni di prodotti alimentari delle Regioni italiane verso gli EAU
(milioni di euro, composizione percentuale e variazioni percentuali annuali)

Regione	2016	2017	Quote % 2017	Var % 2017/2016
Piemonte	49.6	34.9	28.9	-29.6
Campania	30.1	29.4	17.5	-2.1
Lombardia	21.0	21.9	12.2	4.6
Emilia-Romagna	20.6	20.8	12.0	0.7
Trentino Alto Adige	9.9	9.7	5.8	-2.7
Veneto	8.6	9.3	5.0	7.3
Toscana	5.2	4.1	3.1	-22.6
Friuli-Venezia Giulia	3.5	4.0	2.0	13.7
Puglia	3.6	3.6	2.1	1.6
Umbria	3.8	2.8	2.2	-24.9
Abruzzo	2.3	2.2	1.4	-4.2
Liguria	2.6	2.0	1.5	-22.3
Lazio	2.1	2.0	1.2	-7.6
Marche	5.7	2.0	3.3	-65.4
Calabria	0.7	1.1	0.4	42.7
Molise	1.1	1.0	0.7	-12.3
Sicilia	0.7	1.0	0.4	40.0
Sardegna	0.2	0.3	0.1	35.5
Basilicata	0.2	0.1	0.1	-39.5
Valle d'Aosta	.	-	-	-
ITALIA	171.8	152.5	100.0	-11.2

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Il sistema di distribuzione e vendita al dettaglio di prodotti alimentari negli Emirati Arabi Uniti è avanzato e ben organizzato: circa il 68% delle vendite viene effettuato attraverso le grandi catene di supermercati internazionali e ipermercati quali Carrefour, Spinneys, Waitrose, Lulu, Union Coop o le catene dell'area GCC quali Al Maya, Aswaaq, Choithrams. La presenza di prodotti alimentari italiani nella grande distribuzione, gestita, come avviene in Italia, in prevalenza da grandi gruppi internazionali, è limitata dalla scarsa capacità di servire il mercato relativamente ai quantitativi di vendita e dal rispetto delle rigide condizioni contrattuali.

La catena distributiva agro-alimentare negli Emirati Arabi Uniti



I grandi gruppi preferiscono senza dubbio operare per il tramite di catene di "consolidators" internazionali, che fungono da tramite di una rete di produttori, piuttosto che approvvigionarsi dal singolo produttore.

Il valore annuale del mercato alimentare della distribuzione al dettaglio è stimato intorno a 62 miliardi di Dirham (circa 13,6 miliardi di euro al cambio attuale), di cui circa l'84% attraverso la

distribuzione moderna e la restante parte presso i rivenditori tradizionali (negozi di alimentari e tabacchi, piccole botteghe indipendenti, ecc.). Il numero di punti vendita è pari a 10.240 unità (più di 1.200 moderni e circa 9.000 tradizionali) per un totale di spazi vendita di 2,7 milioni di metri quadrati.

I supermercati e gli ipermercati rappresentano i più importanti canali di vendita al dettaglio di prodotti alimentari freschi e confezionati negli Emirati Arabi. Il settore presenta caratteristiche oligopolistiche ed esercita un forte potere di mercato.

La grande distribuzione organizzata alimentare tende ad allinearsi alla trasformazione del panorama residenziale del paese, ricercando opportunità di ampliamento dei propri spazi vendita nell'ambito del vasto programma di espansione immobiliare in corso, anche attraverso formati di dimensione più limitata ma in modo da garantire una propria presenza sempre più capillare e da sfruttare tutte le potenzialità della domanda. Ad esempio, si sta sviluppando recentemente un sensibile incremento dei punti vendita collocati in prossimità di uffici pubblici e privati.

La crescita del mercato, negli EAU in generale e a Dubai più in particolare, continua ad attrarre nuovi attori, determinando un aumento delle pressioni competitive. Il settore è anche caratterizzato da alcune sfide, quali l'aumento dei costi di locazione, la gara per accaparrarsi gli spazi, l'aumento dei costi dei prodotti alimentari, la difficoltà di reperire personale formato, la riduzione dei fatturati e dei margini.

La moderna distribuzione al dettaglio sta operando al fine di ottenere una sempre maggiore ottimizzazione degli spazi, eliminando quelli ridondanti ed inutilizzati, e di offrire ai consumatori una migliore esperienza *in-store* proponendo una gamma sempre più ampia di prodotti e servizi.

Gli ipermercati rappresentano il principale canale per la vendita al dettaglio di prodotti alimentari negli Emirati Arabi Uniti, per una quota del 68,6 per cento del totale e vendite complessive pari a 35,2 miliardi di AED nel 2017, seguiti dai supermercati con 12,5 miliardi di AED ed una quota del 23,5 per cento. Gli ipermercati beneficiano soprattutto di elevate economie di scala, trasferite ai consumatori praticando in genere prezzi mediamente più bassi. A causa degli stili di vita frenetici, le

famiglie preferiscono approvvigionarsi di prodotti alimentari mediante visite settimanali presso i centri commerciali piu' popolari, dal momento che i punti vendita piu' grandi riescono ad adattarsi meglio alle esigenze differenziate dei consumatori. Questi canali offrono un'ampia varietà di prodotti culturalmente distinti in termini di sapori ed ingredienti, ospitano i principali marchi internazionali e forniscono numerose promozioni.

Quote di mercato delle principali catene distributive alimentari

Catena	Proprietà	2014	2015	2016	2017
Carrefour	Carrefour SA	16.5	17.7	18.3	21.4
LuLu	Lulu Group International LLC	-	-	14.7	14.9
Union Co-operative Society	Consumer Co-operative Union (CCU)	10.2	10.3	10.2	10.7
ADCOOP	Consumer Co-operative Union (CCU)	5.7	5.5	5.7	3.1
Al Maya Supermarket	Al Maya Group	2.1	2.4	2.4	2.6
Carrefour Market	Carrefour SA	1.8	1.8	1.9	2.5
Al Madina	Al Madina Group	-	-	2.2	2.3
Spinneys	Spinneys Group Ltd	2.7	2.7	2.2	2.1
Smoker's Centre	National Trading & Development Est (NTDE)	1.7	1.7	1.6	2.1
Sharjah Co-operative Society	Consumer Co-operative Union (CCU)	1.9	1.8	1.9	2.1
Zoom	Emirates National Oil Co (ENOC)	2.1	2.0	1.9	2.1
Shop N Save	Al Safeer Group of Cos	1.8	1.9	1.9	2.1
West Zone	New West Zone Supermarket & Department Store LLC	1.3	1.6	1.7	1.8
Emirates Cooperative Society	Consumer Co-operative Union (CCU)	1.7	1.6	1.5	1.6
Choitrams	T Choithram & Sons	1.4	1.4	1.3	1.3
Waitrose	John Lewis Partnership Plc	1.0	1.1	1.1	1.1
ADNOC Oasis	Abu Dhabi National Oil Co	1.0	1.0	1.0	1.1
Emarat / Emarat Plus	Emirates General Petroleum Corp	0.7	0.6	0.6	0.6
Fresh Plus	Emirates General Petroleum Corp	0.2	0.4	0.5	0.5
Megamart	Abu Dhabi Cooperative Society	-	-	-	0.4
Altri	Altri	27.8	24.6	21.7	23.8
Totale	Totale	100.0	100.0	100.0	100.0

Fonte: Euromonitor international

Distribuzione alimentare: numero punti vendita al dettaglio

Negozi	Proprietà	2014	2015	2016	2017
ADNOC Oasis	Abu Dhabi National Oil Co	161.0	188.0	213.0	226.0
Zoom	Emirates National Oil Co (ENOC)	167.0	172.0	178.0	212.0
Al Madina Supermarket	Al Madina Group	-	-	48.0	54.0
Al Maya Supermarket	Al Maya Group	37.0	44.0	48.0	53.0
Emarat / Emarat Plus	Emirates General Petroleum Corp	51.0	48.0	48.0	52.0
Spinneys (Spinneys Group Ltd)	Spinneys Dubai LLC	48.0	51.0	51.0	50.0
Choitrams (T Choithram & Sons)	T Choithram & Sons Dubai	31.0	33.0	38.0	41.0
Carrefour Market (Carrefour SA)	Majid Al Futtaim Hypermarkets LLC	30.0	31.0	31.0	41.0
All Day Minimart	All Day Minimart LLC	-	-	36.0	40.0
Smoker's Centre	National Trading & Development Est (NTDE)	36.0	37.0	37.0	37.0
Fresh Plus	Emirates General Petroleum Corp	18.0	31.0	35.0	36.0
Patchi	Patchi SAL	27.0	32.0	32.0	33.0
Circle K (Alimentation Couche-Tard Inc)	Elaph Special Acquisition Co Ltd	32.0	38.0	40.0	32.0
West Zone	New West Zone Supermarket & Department Store LLC	16.0	20.0	23.0	30.0
Shop N Save	Al Safeer Group of Cos	22.0	22.0	25.0	27.0
Carrefour (Carrefour SA)	Majid Al Futtaim Hypermarkets LLC	20.0	22.0	21.0	27.0
Holland & Barrett (Nature's Bounty Co, The)	Alphamed Group	-	-	23.0	24.0
Lulu Hypermarket (Lulu Group International LLC)	Emke Group	-	-	23.0	24.0
Sharjah Co-operative Society (Consumer Co-operative Union (CCU))	Sharjah Co-operative Society	20.0	20.0	23.0	23.0
Altri	Altri	8,818.0	9,041.0	9,120.0	9,158.0
Totale	Totale	9,555.0	9,852.0	10,093.0	10,240.0

Fonte: Euromonitor international

Distribuzione alimentare: spazi di vendita
(migliaia di metri quadrati)

Catena	Proprietà	2014	2015	2016	2017
Carrefour (Carrefour SA)	Majid Al Futtaim Hypermarkets LLC	160.0	182.9	178.5	248.5
Lulu Hypermarket (Lulu Group International LLC)	Emke Group	-	-	213.7	222.9
Spinneys (Spinneys Group Ltd)	Spinneys Dubai LLC	95.2	116.4	116.4	125.6
Al Madina Supermarket	Al Madina Group	-	-	96.0	108.0
ADNOC Oasis	Abu Dhabi National Oil Co	85.0	88.4	100.0	106.4
Carrefour Market (Carrefour SA)	Majid Al Futtaim Hypermarkets LLC	64.2	66.3	66.3	84.4
ADCOOP (Consumer Co-operative Union (CCU))	Abu Dhabi Cooperative Society	128.6	121.4	134.0	73.7
Union Co-operative Society (Consumer Co-operative Union (CCU))	Union Co-operative Society	53.1	57.3	57.3	62.5
Al Maya Supermarket	Al Maya Group	40.7	48.4	52.8	58.3
Lulu Center (Lulu Group International LLC)	Emke Group	-	-	71.1	55.3
Choitrams (T Choithram & Sons)	T Choithram & Sons Dubai	39.2	42.2	48.8	52.7
Shop N Save	Al Safeer Group of Cos	37.7	38.1	43.3	46.8
Al Madina Hypermarket	Al Madina Group	-	-	38.7	43.8
West Zone	New West Zone Supermarket & Department Store LLC	17.3	22.3	25.6	33.4
Nesto Hypermarket (Western International Group LLC)	Nesto Group	14.2	19.8	28.3	31.2
Emirates Cooperative Society (Consumer Co-operative Union (CCU))	Emirates Cooperative Society	30.0	30.0	30.0	30.0
Sharjah Co-operative Society (Consumer Co-operative Union (CCU))	Sharjah Co-operative Society	24.0	24.0	27.6	27.6
Zoom	Emirates National Oil Co (ENOC)	18.9	19.3	22.1	26.3
LuLu Express (Lulu Group International LLC)	Emke Group	-	-	24.2	24.2
Waitrose (John Lewis Partnership Plc)	Fine Fare Food Market LLC	18.7	23.7	23.7	23.7
Altri	Altri	1,289.4	1,323.9	1,262.9	1,268.6
Totale	Totale	2,390.3	2,533.1	2,721.2	2,753.9

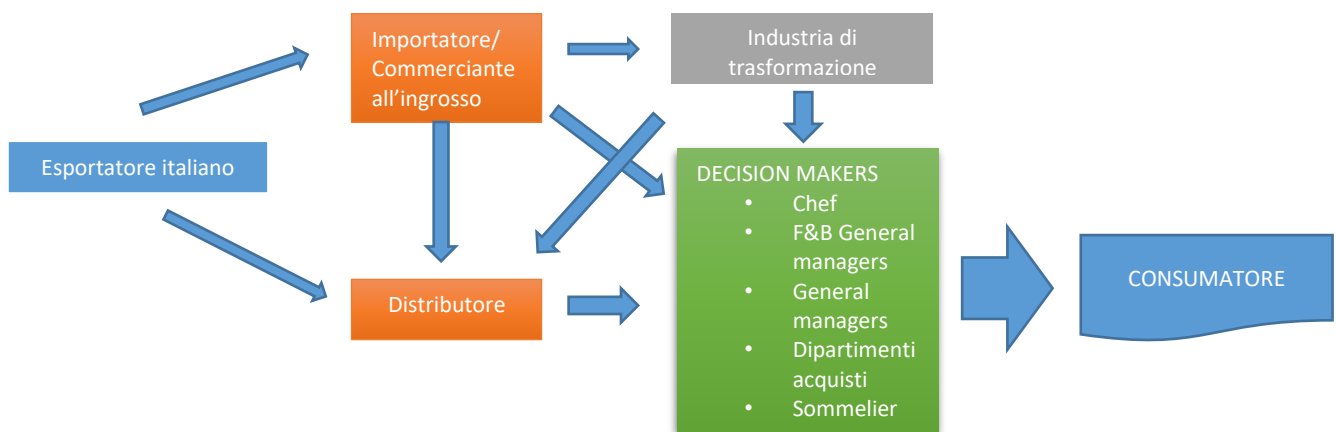
Fonte: Euromonitor international

Vale la pena menzionare l'apertura, nel dicembre 2013, di Eataly presso il prestigioso Dubai Mall, cui è seguita, nel mese di marzo 2016, l'inaugurazione di un secondo insediamento presso il Festival City Mall. Eataly è ormai marchio consolidato a livello internazionale, sia come ristorazione sia come

distribuzione di prodotti di fascia alta del mercato alimentare italiano. L'esercizio comprende una varietà di ristoranti, banchi di vendita specializzati di alimenti e bevande quali prodotti da forno, prodotti lattiero-caseari, carni e insaccati, oltre a scaffali con specialità alimentari.

Per i prodotti di fascia alta, l'accesso ideale al mercato avviene prevalentemente tramite ristorazione di alto livello: il settore della ristorazione è molto consolidato e conta oltre 11.000 esercizi, tra cui più di 4.000 a Dubai, 3.000 ad Abu Dhabi e 2.700 a Sharjah. I ristoranti servono principalmente cucina mediorientale, europea, americana, cinese, thailandese e indiana.

Canali di distribuzione Ho.Re.Ca.



Il Governo degli Emirati Arabi Uniti sta supportando inoltre lo sviluppo di un'industria locale tramite l'acquisizione di tecnologie dall'estero: è questo il caso anche per il confezionamento e la trasformazione alimentare, nel caso di prodotti ittici, da forno e soprattutto lattiero-caseari. Grazie alla posizione strategica e allo sviluppo della logistica, che tende a sfruttare il proprio ruolo di hub nell'area geografica di riferimento, vi è un numero crescente di aziende specializzate che si stanno affacciando per realizzare investimenti sul mercato.

LE PRINCIPALI MANIFESTAZIONI FIERISTICHE DI SETTORE

Numerose, negli Emirati Arabi Uniti, sono le **fiere dedicate** al settore agro-alimentare:

- 1) **Hotel Show**- exhibition for hospitality market
16-18 settembre 2018- Dubai World Trade Center
<http://www.thehotelshow.com/>



L'ufficio ITA di Dubai organizza una partecipazione collettiva.

- 2) **WOP** - International Perishable expo MEE for fresh products
1-3 ottobre 2018 – Dubai World Trade Center
<http://www.wop-dubai.com/>



- 3) **Halal Expo Dubai** - Exhibition for Halal products and services
29-30 ottobre 2018 - Roda Al Bustan, Airport Road – Dubai
<http://www.halalexpodubai.com/>



- 4) **Dubai Seafood Expo** - Seafood processing exhibition
29-30 ottobre 2017- Roda Al Bustan , Airport Road - Dubai
<http://dubaiseafoodexpo.com/>



- 5) **Speciality Food Festival** – The gourmet products festival
30 ottobre-1 novembre 2018 - Dubai World Trade Center
L'ufficio ITA di Dubai organizza in occasione della fiera il padiglione Italia.
<http://www.speciality.ae/>



- 6) **Yummex Middle East**
International trade fair for the confectionery industry
30 ottobre-1 novembre 2018 - Dubai World Trade Center
<http://www.yummex-me.com>



- 7) **Gulfood Manufacturing**- Food and beverage automation, processing, packaging industry & logistic solutions.
6-8 novembre 2018 - Dubai World Trade Center
<http://www.gulfoodmanufacturing.com/>



- 8) **Menope** - Natural & Organic products
18-20 novembre 2018 - Dubai World Trade Center
<http://www.naturalproductme.com/>



9) SIAL Middle East - Food International Trade Fair

10-12 dicembre 2018 – ADNEC Abu Dhabi

<http://sialme.com/>



10) Gulfood- Fair for food service and hospitality

17-21 febbraio 2018 - Dubai World Trade Center

L'ufficio ITA organizza in occasione della manifestazione un centro informativo, educativo e di degustazioni sotto la denominazione di "The Italian Food Lab".

<http://www.gulfood.com>



11) Dubai Drink technology Expo- Beverage Industry Professionals

26 - 28 febbraio 2019 –Dubai World Trade Center

<http://drinkexpo.ae/>



LE PRINCIPALI RIVISTE SPECIALIZZATE DI SETTORE

Hotelier Middle East

<http://www.hoteliermiddleeast.com>

HotelierMiddleEast.com

Chef Magazine

<http://www.chefmagazine.com/>

Chef
MAGAZINE

CookeryPlus

<http://cookeryplusmag.fourplusmedia.com>

CookeryPlus

BBC Good Food Middle East

<http://www.bbcgoodfoodme.com>

 **goodfood**
Middle East

Food Business Magazine

<http://www.foodbusinessgulf.com>

FOOD
BUSINESS
GULF & MIDDLE EAST

Good Health Arabia

<http://www.goodhealtharabia.com>

GoodHealth
العربية

Middle East Food magazine

<http://www.mefmag.com/>



Food and Travel Arabia

<http://www.foodandtravel.me/>

