



Commerciare con successo con gli Emirati Arabi Uniti

10 regole d'oro



La perla del Medio Oriente

Gli Emirati Arabi Uniti, più di qualunque altro Paese del Medio Oriente, evocano immagini di oasi nel deserto, governate da Sceicchi patriarcali. Ed è esattamente così che sono nati gli Emirati Arabi Uniti. Nel XVIII e XIX secolo i sette stati che adesso costituiscono gli Emirati Arabi Uniti, Abu Dhabi, Dubai, Ajman, Sharjah, Umm al-Qaiwain, al-Fujairah e Ras al-Khaimah, erano oasi popolate da tribù di Beduini i cui capi con il passare del tempo divennero capi di stato, ovvero emiri, da cui deriva il nome di "Emirati".

Prima della scoperta dei giacimenti di petrolio alla fine degli anni '50 con la conseguente acquisizione di ricchezza immediata per Abu Dhabi e Dubai e infine per tutti gli Emirati, le principali fonti di guadagno della regione erano costituite dalla pesca delle perle. Dato che l'economia degli Emirati Arabi Uniti è stata sviluppata sul commercio anziché sulle industrie, tale competenza nel commercio intelligente continua a rappresentare la forza del Paese, sostenuta naturalmente dalla grande ricchezza accumulata grazie a petrolio e gas. È proprio questa ricchezza che, negli ultimi anni, ha costituito un efficace ammortizzatore contro gli effetti avversi della recessione globale.

Questa ricca nazione dedita al commercio presenta grandi opportunità per gli esportatori stranieri. È al 23° posto nell'elenco della Banca Mondiale per "Facilità di condurre affari" e l'ambiente economico è vivace e aperto. Tuttavia, gli esportatori stranieri devono porre molta attenzione per avventurarsi in questo

interessante mercato, non ultimo per la profonda base religiosa e culturale che permea ogni aspetto della vita.

Le dieci regole elencate di seguito sono studiate per contribuire al successo delle vendite ai clienti negli Emirati Arabi Uniti.

"l'ambiente economico è vivace e aperto"

1. Scegliere il percorso giusto per entrare sul mercato

Esistono essenzialmente tre modi per esportare direttamente sul mercato degli Emirati Arabi Uniti: tramite esportazioni dirette, tramite uno o più agenti all'interno degli Emirati o stabilendo una presenza fisica sul mercato.

Il primo di questi, sebbene semplice, potrebbe non essere la soluzione migliore se state cercando di ottenere una crescita elevata. Assumere un distributore, un affiliato o un licenziatario può essere un'opzione migliore, ma le leggi prevedono un elevato livello di protezione per gli "agenti" locali. (Negli Emirati Arabi Uniti, con il termine "agente" si intendono tutti i ruoli suddetti, oltre al ruolo di "agente" nel significato standard). Gli agenti possono registrare i propri contratti presso il Ministero dell'Economia in determinate circostanze e ciò impone ulteriori obblighi per i committenti. I diritti conferiti all'agente dall'atto di registrazione includono il diritto di ricevere un compenso al termine del mandato (anche dove ciò avvenga in conformità con il contratto) e il diritto di bloccare le importazioni dei prodotti del committente di cui l'agente non sia il consegnatario. La maggior parte dei committenti stranieri che ingaggiano agenti locali prendono provvedimenti per evitare l'applicazione di questa legge.

La costituzione di una presenza fisica negli Emirati Arabi Uniti può assumere varie forme: generalmente si opta per l'apertura

di una o più filiali o per la costituzione di una società a responsabilità limitata. Una filiale di una società straniera deve avere un agente sul suolo nazionale in qualità di garante, e detto agente deve essere un cittadino degli Emirati Arabi Uniti, oppure una società interamente posseduta da cittadini degli Emirati Arabi Uniti. Analogamente, una società degli Emirati Arabi Uniti deve essere posseduta almeno al 51% da cittadini degli Emirati Arabi Uniti (sebbene queste normative siano meno rigide per i cittadini degli altri paesi membri del Consiglio di cooperazione del golfo, ovvero Regno dell'Arabia Saudita, Qatar, Kuwait, Oman e Bahrain).

Gli Emirati Arabi Uniti hanno inoltre creato numerose zone franche, in ognuna delle quali sono applicate leggi proprie per le società. Tecnicamente, queste società sono "off-shore", per cui non godono di alcun diritto automatico di commerciare "on-shore" con gli Emirati Arabi Uniti. Le società straniere possono stabilire filiali o creare società consociate in una zona franca senza la necessità di proprietari o garanti locali.

Ulteriori informazioni sulle numerose zone franche degli Emirati Arabi Uniti sono disponibili sul sito www.uaefreezones.com; in particolare incentivi e vantaggi possono variare da zona a zona e alcune zone franche sono specifiche per determinati settori.



2. Controllare se esiste un'effettiva domanda per i prodotti e i servizi proposti...

... anche se questo non dovrebbe essere un grosso problema. Se non lavorate nel settore della fornitura di petrolio grezzo, molto abbondante negli Emirati Arabi Uniti, le probabilità che i vostri prodotti e servizi siano richiesti negli Emirati Arabi Uniti sono molto elevate.

L'economia degli Emirati Arabi Uniti gode di un ottimo slancio dal 2011 e ciò ha favorito numerosi progetti costruttivi, la richiesta di beni stranieri e il settore del turismo. Le principali merci importate sono beni di consumo, macchinari e dispositivi per il trasporto, prodotti chimici e alimentari.

Ma gli Emirati Arabi Uniti sono impegnati anche nell'offrire educazione e assistenza sanitaria di alta qualità e stanno investendo fortemente nelle infrastrutture e nel settore ICT (information and communication technology), creando opportunità per molte aree di competenza e partnership straniere.



3. Dedicare tempo a capire l'importanza dell'Islam

La cultura degli Emirati Arabi Uniti si basa sulle tradizioni islamiche: l'Islam è la religione ufficiale degli Emirati Arabi Uniti e pervade ogni aspetto della vita sia sociale, sia commerciale. E, sebbene vi sia un certo grado di accettazione di altre fedi e culture, dopo tutto la popolazione degli Emirati Arabi Uniti è costituita in larga parte da stranieri che vi lavorano, è essenziale mostrare rispetto per l'Islam e cortesia quando si visitano gli Emirati e si conducono affari con tale Paese.

In effetti, la parola "rispetto" riassume efficacemente il comportamento che si dovrebbe tenere durante le trattative. Indossare abiti semplici, ma non cercare di adottare un abbigliamento tradizionale degli Emirati Arabi Uniti, perché ciò potrebbe essere percepito come offensivo. Le società negli Emirati tendono a essere estremamente gerarchiche, è quindi importante ricordare questo aspetto nelle riunioni salutando per primo il dirigente di livello più elevato. Usare sempre la mano

destra per stringere le mani, mangiare o distribuire documenti.

Le attività commerciali negli Emirati Arabi Uniti si svolgono solitamente dalla domenica al giovedì, mentre il venerdì e il sabato sono considerati giorni di riposo. La prima riunione servirà per creare un clima di fiducia, quindi non cercate di accelerare le trattative. Il caffè e i pasticcini arabi sono un tradizionale accompagnamento nelle riunioni e sarebbe scortese non accettare. Le cose da fare e da evitare sono molte nella cultura commerciale islamica, pertanto dedicate del tempo a familiarizzare con i concetti essenziali. Le Camere di commercio di ciascuno degli Emirati possono essere utili in tal senso, come pure un agente negli Emirati. Naturalmente, avere un agente o altre conoscenze nel settore commerciale degli Emirati sarà di grande aiuto per essere presentati ai potenziali clienti o introdotti negli affari.



4. Porre molta attenzione alla pubblicità

Ciò è correlato in molti modi al precedente principio. Gli standard pubblicitari negli Emirati Arabi Uniti sottolineano con molta enfasi la necessità di rispettare le istituzioni religiose e politiche, oltre ai valori sociali e culturali prevalenti. Ad esempio, vietano la pubblicità di alcol e tabacco o l'uso di contenuti ritenuti offensivi per la pubblica morale. La pubblicità di farmaci, prodotti farmaceutici e alimentari richiede una previa autorizzazione delle autorità competenti. Gli annunci pubblicitari devono essere in arabo standard o nel dialetto locale degli Emirati. Sono richiesti

permessi per gran parte dei tipi di pubblicità realizzata in esterni, oltre che per concorsi a estrazione e promozioni.

Nonostante le rigide leggi sulla pubblicità, il settore pubblicitario sui mass-media negli Emirati Arabi Uniti è un'attività molto prospera. Naturalmente, uno dei principali obiettivi degli standard pubblicitari negli Emirati Arabi Uniti è incrementare questo settore al fine di trasformarlo in uno strumento di sviluppo economico essenziale per gli Emirati Arabi Uniti.

“Gli annunci pubblicitari devono essere in arabo standard o nel dialetto locale degli Emirati.”

5. Rispettare le leggi doganali

Gli Emirati Arabi Uniti sono un paese membro del Gulf Cooperation Council (GCC), il Consiglio di cooperazione del golfo, che ha stabilito la struttura principale delle normative sulle importazioni negli Emirati Arabi Uniti. Per alcuni versi, ciò semplifica le importazioni di merci nei paesi del Consiglio di cooperazione del golfo grazie al principio della “singola porta di ingresso” in base al quale le importazioni in qualsiasi paese del GCC sono soggette ai dazi doganali solo alla prima porta di ingresso nel GCC.

La tariffa esterna comune del GCC pari al 5% del valore delle merci viene imposta sulla maggior parte delle importazioni destinate alle zone franche degli Emirati Arabi Uniti. Per alcol e tabacco è prevista una percentuale più alta, mentre alcune categorie di merci, fra cui determinati prodotti agricoli, materiale stampato e prodotti farmaceutici, sono esenti. Anche le merci importate per scopi industriali o di fabbricazione possono godere di esenzioni.

I porti di Dubai e Abu Dhabi sono i porti principali di ingresso negli Emirati Arabi Uniti. In generale, per lo sdoganamento agli esportatori stranieri viene richiesto di fornire:

- Una dichiarazione delle merci importate
- Ordine di consegna
- Polizza di carico originale
- Fattura
- Certificato di origine
- Bolla d'accompagnamento con codici HS (harmonised system, sistema armonizzato)

L'importazione di alcune merci è limitata o vietata e le autorità doganali degli Emirati Arabi Uniti applicano rigorosamente le normative relative a tali prodotti. Per informazioni in merito a tali prodotti e per i dettagli completi sulle normative doganali dei paesi del Consiglio di cooperazione del golfo, contattare la Camera di commercio dell'Emirato con cui si intende trattare.



6. Seguire il percorso giusto per risolvere le dispute commerciali

In caso di dispute commerciali con un cliente o un distributore negli Emirati Arabi Uniti, cercare una risoluzione rivolgendosi ai tribunali può essere costoso in termini di tempo e di denaro. Secondo il rapporto della Banca Mondiale "Doing Business 2014", l'esecuzione forzata di un contratto per mandato di un tribunale degli Emirati Arabi Uniti richiede in media 524 giorni e costa il 19,5% del valore oggetto dell'istanza: a tal proposito gli Emirati Arabi Uniti sono al 100° posto nella classifica dei 189 paesi analizzati dal rapporto.

Gli esportatori stranieri inoltre non devono presumere che i loro termini contrattuali standard siano applicabili negli Emirati Arabi Uniti con priorità sulle leggi locali, in quanto ciò non corrisponde necessariamente alla realtà.

È prassi comune per le aziende straniere risolvere le dispute attraverso un arbitro. Gli Emirati Arabi Uniti dispongono di tre centri di arbitro: Dubai International Arbitration Centre (DIAC), Abu Dhabi Commercial Arbitration Centre e DIFC (Dubai International Financial Centre)

Arbitration Centre. In effetti, il numero di casi gestiti dal DIAC sono passati da appena 15 nel 2003 a 390 nel 2012, in parte a causa dell'aumento di commercio e investimenti esteri.

"esportatori stranieri inoltre non devono presumere che i loro termini contrattuali standard siano applicabili negli Emirati Arabi Uniti."

7. Proteggere la proprietà intellettuale

Gli Emirati Arabi Uniti hanno sottoscritto numerosi trattati costituiti al fine di proteggere i diritti di proprietà intellettuale. Tra questi la Convenzione di Parigi, la Convenzione di Berna, la Convenzione di Roma, il World Intellectual Property Organisation Copyright Treaty e molti altri trattati relativi a brevetti, marchi registrati, lavori letterari e artistici, spettacoli e trasmissioni.

La registrazione di un marchio commerciale ha una validità di 10 anni ed è rinnovabile, ma il sistema degli Emirati Arabi Uniti richiede una domanda separata per ogni classe di merci e servizi, il che può risultare costoso. In caso di opere letterarie, ad esempio, il copyright è valido per l'intera vita

dell'autore più 50 anni. I brevetti sono validi per 20 anni e i progetti registrati per 10 anni. La legislazione sulla proprietà intellettuale prevede pene severe per la violazione di uno qualsiasi di questi diritti.

Pertanto, per proteggere la vostra proprietà intellettuale, registrate i vostri diritti prima di immettere le merci sul mercato e, dove necessario, esaminate i percorsi da seguire per esercitare tali diritti. In alcuni degli Emirati, i titolari dei diritti possono registrare tali diritti presso la dogana. In tali circostanze, fornite ai doganieri la maggior quantità di informazioni possibile per aiutarli a distinguere i vostri prodotti da quelli contraffatti.



8. Controllare la solvibilità dei clienti

Dalla crisi finanziaria, le aziende negli Emirati Arabi Uniti sono diventate più propense a rilasciare informazioni finanziarie sulle loro attività, sebbene possa essere ancora difficile ottenere dette informazioni nel caso dei gruppi di proprietà delle famiglie più importanti. Le banche richiedono tali informazioni e, mentre l'assicurazione del credito diventa un prodotto più conosciuto sul mercato, le aziende acquisiscono sempre maggiore consapevolezza del fatto che è nel loro interesse offrire tali informazioni

ai fornitori che potrebbero aver stipulato un'assicurazione dei crediti.

Le società di informazione creditizia locali offrono dettagli di base sulle aziende: data di costituzione, numero di dipendenti, referenze commerciali e, molto importante, ventaglio di mercati regionali su cui operano. Vi possono essere problemi se un'azienda è fortemente dipendente da attività con sede in Iran o Iraq.

La chiave è trovare il partner giusto e creare una solida relazione commerciale,

cosa che naturalmente può richiedere varie visite negli Emirati Arabi Uniti.

"le aziende acquisiscono sempre maggiore consapevolezza del fatto che è nel loro interesse offrire tali informazioni ai fornitori che potrebbero aver stipulato un'assicurazione dei crediti."

9. Scegliere il giusto metodo di pagamento

Lo strumento di pagamento locale più diffuso negli Emirati Arabi Uniti è l'assegno postdatato, in quanto la mancata copertura di un assegno costituisce un reato negli Emirati Arabi Uniti e il soggetto inadempiente può subire pene detentive e il ritiro del passaporto. Tuttavia ciò non protegge dalle aziende "fuggiasche" che scompaiono all'improvviso lasciando i loro fornitori con scarse prospettive di recupero, cosa assai diffusa recentemente.

Le lettere di credito irrevocabili sono utilizzate ma non sono molto diffuse. Mentre il sistema bancario degli Emirati Arabi Uniti è robusto e quindi non vi sono problemi nell'uso delle lettere di credito irrevocabili, queste possono rappresentare un metodo non competitivo se altri fornitori offrono condizioni di acquisto a credito. In caso di dubbi sulla solvibilità di un cliente, una garanzia da parte della casa madre o di una società consociata può essere una soluzione più semplice.



10. Proteggere le vendite

In qualsiasi mercato, anche in uno ricco come gli Emirati Arabi Uniti, la vendita a credito comporta sempre un determinato livello di rischio di mancato pagamento e di imprevedibilità. È pertanto consigliabile per un fornitore ricercare una forma di tutela attraverso un'assicurazione del credito al fine di mitigare i rischi potenziali che la sola debita diligenza non è in grado di evitare.

Detti rischi includono l'insolvenza imprevista o l'inadempienza prolungata

dell'acquirente, oppure fattori esterni che esulano dal controllo delle parti, quali decisioni politiche o disastri naturali tali da impedire la corretta conclusione della vendita. L'assicurazione del credito mitiga i suddetti rischi, consentendo al fornitore di concentrarsi sulle future vendite anziché sui debiti pregressi. Offre inoltre la riassicurazione necessaria per garantire termini di pagamento competitivi, in tutta sicurezza sapendo che le vendite sono protette.

“rischi includono l'insolvenza imprevista o l'inadempienza prolungata dell'acquirente”

Un mercato con immense potenzialità per gli esportatori stranieri

Il country manager di Atradius per gli Emirati Arabi Uniti, Schuyler D'Souza, spiega i motivi che rendono il paese un mercato così promettente per le esportazioni: “Nel Medio Oriente, gli Emirati Arabi Uniti rappresentano il mercato più dinamico. Sono un centro strategico per i commerci stranieri nel Medio Oriente e l'unica nazione del Golfo con una politica commerciale

libera ben definita e tale da incoraggiare le importazioni sia per i consumi interni che per la riesportazione. Tutto ciò è ampiamente supportato dai porti molto sviluppati e dalle moderne infrastrutture per i trasporti, le comunicazioni e il commercio, e naturalmente dagli elevati standard di vita e dai redditi esenti da imposta dei residenti”.



Seguite Atradius sui social media:



Atradius desidera ringraziare l'agenzia esperta in legislazione internazionale DLA Piper per il contributo a questa pubblicazione.

Copyright Atradius NV 2014

Clausola di esonero di responsabilità di Atradius

Il presente rapporto è fornito a scopo informativo e non è mirato a consigliare particolari transazioni, investimenti o strategie in qualsivoglia modo ai lettori. I lettori sono tenuti a prendere le proprie decisioni indipendenti, per fini commerciali o altro, in merito alle informazioni fornite. Sebbene sia stato fatto il possibile per garantire che le informazioni contenute nel presente rapporto provenissero da fonti affidabili, Atradius declina ogni responsabilità per eventuali errori o omissioni, o per i risultati ottenuti con l'uso di dette informazioni. Tutte le informazioni del presente rapporto sono fornite allo stato attuale, senza garanzia alcuna di completezza, accuratezza, tempestività; non sono inoltre fornite garanzie espresse o implicite in merito ai risultati ottenuti dall'uso di dette informazioni né di altro tipo d'informazione. In nessun caso, Atradius, le relative aziende in partnership o società, i loro partner, agenti o dipendenti potranno essere considerati responsabili nei confronti del lettore o di qualsivoglia altro utente per qualsiasi decisione presa o azione correlata alle informazioni fornite con il presente rapporto o per eventuali danni conseguenti, speciali o simili anche se informati della possibilità di detti danni.

Atradius Credit Insurance N.V.
Via Crescenzo 12
00193 Rome
Telefono: +39 06 688 121
Fax: +39 06 687 4418

Sede di Milano
MAC5 – Via R.Bracco,6
20159 Milano
Italia
Telefono: +39 02 63241.1
E-mail: info.it@atradius.com
www.atradius.it