

LIBERO INTERNATIONAL

«Gli emiri di Dubai sedotti dalla cucina italiana»

Lo chef De Ambrosis racconta la sua esperienza: «Con il calo del prezzo delle materie prime nuove opportunità anche negli Stati vicini»

CLAUDIO ANTONELLI

Varesino, head consulting chef del ristorante Tr'beca a Dubai, Giovanni De Ambrosis è un imprenditore trentotenne innamorato del gusto e della tradizione della cucina italiana. Una lunga esperienza in ambito internazionale, tra start-up e consulenze, gli ha permesso di esportare il sapore italiano in tutto il mondo.

Cosa l'ha spinto a lasciare l'Italia e diventare imprenditore?

«Dopo la scuola alberghiera a Stresa mi sono subito affacciato a realtà internazionali. Ho sempre voluto fare lo chef e con questa professione non si può pensare di restare troppo tempo nello stesso posto. Così ho iniziato a viaggiare, lavorando in ristoranti, locali e cucine di tutto il mondo, senza mai smettere di imparare e trasmettere il sapore italiano, base della mia formazione. Lavorare all'estero ti porta a contatto con strutture manageriali che in Italia non esistono».

Le sue mete: Zanzibar, Miami, Mosca, Shanghai. Ora Dubai. Perché questa scelta? Che differenze ha notato, a livello lavorativo, tra queste città? E rispetto all'Italia?

«Sono stato a Dubai nel 2008 e vi sono ritornato a fine 2014 perché reputo la città una tra le metropoli più in fermento al mondo. Dove c'è spazio e voglia di sperimentare, dove è possibile aprire strutture di livello e mantenere un buon rapporto con i fornitori, così da avere a disposizione i migliori prodotti italiani. Sto vivendo una bella esperienza di successo qui al Tr'beca: un casual restaurant specializzato in organic & healthy food. Un concept che sta prendendo piede in tutto il mondo, unito a un design urban, con musica dal vivo e una lounge che piace molto. E Sva Group, in partnership con Astrea Mideast Dmcc, mi ha dato un grosso aiuto nella selezione dei fornitori».

Ci sono prodotti che fatica a trovare?

«Faccio una premessa. Il Tr'beca nasce da un concept newyorchese - come dice la parola stessa - ma si basa sulla cucina italiana. Cerco di unire sempre qualche tocco della mia Italia quando elaboro menu fusion. Non uso esclusivamente prodotti italiani ma una buona percentuale dei prodotti bio e organic hanno provenienza italiana, che fa rima con garanzia. Alcol e carne di maiale si reperiscono. Anche se esiste un monopolio e dunque certi tagli dell'animale sono rari. Si trova del buon pesce. Sia locale che di importazione è sempre fresco, mentre il surgelato è valido nella fascia top. Del resto ormai si trova tutto: il made in Italy di grande qualità in tempi rapidi. Basta

pagare».

Il mercato è saturo o ci sono molte possibilità di export?

«Probabilmente non è ancora saturo, ma mi aspetto che i prezzi delle materie prime comincino a scendere perché l'of-

ferta sta crescendo rispetto alla domanda. In ogni caso Dubai si conferma la piattaforma per operare su Abu Dhabi dove certamente il mercato è lontano dall'essere saturo e soprattutto il Bahrain che a mio avviso riserverà molte sorprese po-

sitive. Ciò che manca qui è la qualità del servizio. Ci sono opportunità d'investimento nel campo della ristorazione, tanto più se i costi delle materie prime scenderanno, servirà importare dall'Italia professionisti e manager di sala».

Entriamo nello specifico: un imprenditore italiano che vuole aprire un business a Dubai, o più in generale negli Emirati Arabi Uniti, quali difficoltà potrebbe incontrare?

«Reputo Dubai una città par-

ticolare, con burocrazia e leggi impegnative, soprattutto quando si tratta d'importazioni alimentari. I prodotti devono seguire standard specifici in merito a etichette, descrizioni degli ingredienti, traduzioni, approvazione da parte della Municipalità. Controlli igienici severissimi. La professionalità premia sempre e, una volta imboccata la strada del successo, la gratificazione, qui, è costante. Non dimentichiamoci, poi, che Dubai è la porta di accesso verso i mercati arabi e asiatici. E l'apertura dell'Iran potrebbe drenare capitali, ma creare anche nuovi ponti per il business del lusso nella ristorazione».

In che modo il mercato accoglie l'imprenditore italiano? La ristorazione italiana è sempre ricercata?

«In tutto il mondo noto sempre con piacere che l'imprenditore italiano è stimato e visto di buon occhio. La nostra storia, la nostra cultura e il nostro cibo ci precedono. Vedono in noi una marcia in più».

Com'è l'ambiente della ristorazione qui?

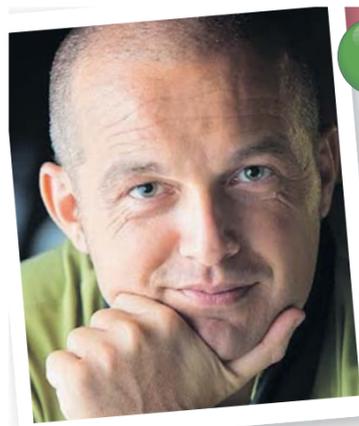
«È tutto frenetico. Come si può bene immaginare, chi è ad alti livelli ha ritmi di lavoro estenuanti che, comunque, lasciano spazio a grandi gratificazioni».

E la qualità della vita?

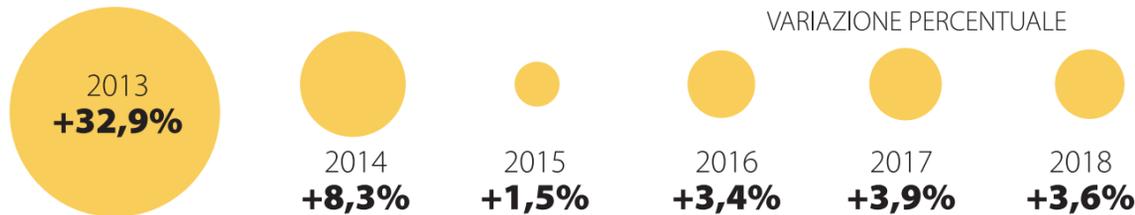
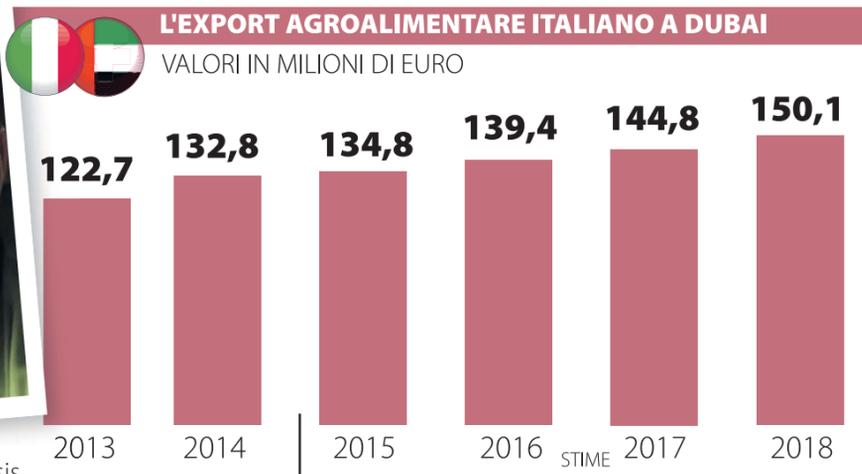
«A Dubai si vive benissimo. È una città talmente cosmopolita che è difficile trovarsi al tavolo di un locale ed essere della stessa nazionalità. È meraviglioso poter convivere giornalmente con culture così diverse e persone provenienti da ogni angolo della Terra. Dubai ti apre la mente e ti fa riflettere su quanto siano differenti gli usi e costumi. Ho avuto l'occasione di entrare in palazzi reali, conoscere sceicchi a cui non puoi nemmeno stringere la mano se non la allungano loro per primi. Interessante è, inoltre, il cambiamento che sta vivendo il Paese, soprattutto negli ultimi anni. Sta crescendo con metodo e un piano strategico ben preciso».

Tra cinque anni, a Dubai, assisteremo all'esposizione mondiale il cui tema sarà "Connecting minds, Creating the future", refterà lì in attesa dell'avvento?

«Sono abituato a saltare da un posto all'altro. Immagino di rientrare in Italia magari come base per le consulenze. Non nel breve perché credo che l'Expo 2020 sia un cavallo da conquistare. Inoltre immagino l'Italia avrà gli occhi puntati addosso, anche semplicemente per fare un paragone con Expo 2015. Sarà un'ottima opportunità per allargare gli orizzonti con un'iniezione di innovazione. Inoltre, credo ci sia una gran voglia di italianità a Dubai, quindi sono certo che il made in Italy avrà un ruolo fondamentale all'Expo del 2020».



Lo chef Giovanni De Ambrosis



IL RISCHIO PAESE



Mercati in espansione

Il Golfo nuova mecca del cibo

Previsto un boom nella domanda di derrate alimentari. Soprattutto made in Italy

Le opportunità per l'export italiano a Dubai sono notevoli. Gli Emirati Arabi Uniti si confermano il principale mercato di sbocco delle nostre esportazioni in Medio Oriente e Nord Africa. Nel 2012 l'export italiano verso i sette emirati ha raggiunto il valore di 5,5 miliardi di euro, in aumento del 16,5% rispetto all'anno precedente e sempre nettamente superiore rispetto alle importazioni, ferme a 650 milioni. Le esportazioni italiane sono costituite soprattutto da prodotti della meccanica strumentale, della manifattura, della metallurgia e da prodotti energetici raffinati. Un'altra voce che assume un peso crescente è l'alimentare, in costante crescita negli ultimi anni e destinato a passare, nelle previsioni della Sace, dai 132 milioni dello scorso anno ai 150 abbondanti del 2018.

Si sta intensificando la presenza dei marchi storici dell'alimentare made in

Italy. A cominciare dalle Dop di punta dell'industria casearia, deluse dall'andamento sul mercato cinese. Ultimo caso in ordine di tempo quello del Gorgonzola, alle prese anche con notevoli difficoltà sul mercato Usa dove il clone Cambozola (un caso eclatante di *italian sounding*) erode la già esigua quota di mercato. La riscossa per i campioni del made in Italy a tavola passa proprio da Dubai, la porta principale per entrare nei ricchissimi mercati del Medio Oriente. Lo scorso anno l'export di formaggi verso i soli Emirati ha superato in valore i 7 milioni di euro, il triplo di quello realizzato cinque anni prima, nel 2009.

Fondamentale, nell'approccio ai mercati emiratini è farsi assistere da società specializzate. Come la Sva che ha supportato decine di imprenditori, incluso lo chef Giovanni De Ambrosis che intervistiamo in questa pagina.

LA SCHEDA

COS'È LA SVA

È una società di consulenza che dal 2009 si occupa di internazionalizzazione di aziende, assistendole nel percorso di apertura e implementazione di business all'estero.

COSA OFFRE

SVA Group segue ogni aspetto del processo d'internazionalizzazione e affianca il cliente come partner di fiducia, fornendo consulenza in ambito di business management internazionale.

DOVE SI TROVA

Il quartier generale è a Chiasso, in Svizzera, a pochi minuti dal confine italiano. La società opera negli Emirati Arabi Uniti, in Inghilterra, negli Stati Uniti e in Cina.

I CONTATTI

libero@svadvisory.com
www.svadvisory.com