

# Dubaï dans le viseur du Monaco Economic Board

Une délégation d'entrepreneurs de la Principauté a entamé hier une mission économique de quatre jours aux Émirats pour développer les rapports et le business entre les deux pays.

C'est une mission économique de grande ampleur – la première aussi vaste en temps de pandémie – que le Monaco Economic Board a entamée hier matin à Dubaï, cœur battant des Émirats arabes unis où tout est dans la démesure.

La délégation monégasque rassemble une trentaine d'entrepreneurs de la place, représentants de la technologie, la finance, l'immobilier, l'industrie ou les services. Des secteurs déterminés car porteurs vers cette destination choisie pour l'aura actuelle qui entoure la ville qui accueille l'Exposition universelle. Mais pas seulement. « *Dubaï est une destination incontournable en termes de business, c'est la plaque tournante où tout se passe, un endroit qui connecte les gens ensemble* », estime Michel Dotta, président du Monaco Economic Board.

## « Les mêmes priorités, pas les mêmes échelles »

Sa position, au centre du golfe Persique, ouvre en effet un marché de quatre milliards de personnes pour le business dans un rayon de quatre heures d'avion. Un atout dont Dubaï se targue pour développer ses secteurs clés : le commerce, la logistique, la finance, la manufacture et l'immobilier. En matière de business, cette ville-monde a des velléités aussi élevées que la Burj Khalifa, plus haute tour du



Première journée pour la mission économique hier, consacrée au business et à la rencontre de possibles partenaires dubaïotes.

(Photos C. V.)

monde culminant à 828 mètres, devenue le symbole de la ville.

« *Monaco et Dubaï ont les mêmes priorités même si l'échelle n'est pas la même en termes de population et de marchés* », continue Michel Dotta, rappelant que le lien entre les deux villes s'est forgé en 2017, lorsqu'il a accueilli en Principauté le ministre de l'Économie des Émirats arabes unis à l'occasion d'une tournée de promotion de sa destination, en Europe.

Les points communs entre les deux villes ne s'arrêtent pas au fait

d'être deux oasis où le luxe règne et où le shopping est roi. Les valeurs de stabilité politique, la sécurité et la diversité d'entreprendre rassemblent. Et c'est ce qu'est venu plaider le MEB hier en entamant sa mission.

## Liens personnels

« *Nous entrons très profondément dans la culture de Dubaï en nouant des liens personnels avec les Émirats qui vont nous servir pour s'inscrire un peu plus dans le tissu dubaïote* », espère Guillaume Rose,

directeur général du MEB accueilli hier par Ahmed Bin Sulayem, qui dirige le DMCC pour Dubai Multi Commodities Center, une zone franche tentaculaire de la marina. L'homme charismatique s'est passionné pour le café pendant le confinement, à tel point qu'il n'hésite pas à sortir un réchaud et une cafetière italienne pour faire goûter à qui veut le nectar obtenu par des grains rares en provenance d'Amérique du Sud et torréfiés par ses soins, en bon passionné.

Quand il parle business, comme

le café, il est fort et corsé. Sa zone franche – ou se sont déroulés hier les échanges entre le MEB et le tissu d'entrepreneurs locaux – est passée 20 à 20 000 membres en vingt ans, et rassemble 190 pays, qui peuvent dans cet espace faire du commerce et vivre, sans taxes et restrictions administratives. C'est un modèle de l'écosystème dubaïote avec 118 milliards de dollars de revenus au compteur. Démesuré, comme tout à Dubaï !

**CEDRIC VERANY,  
A DUBAÏ**

## L'éventail du savoir-faire monégasque en action

Maître mot : le contact, les réseaux. C'est ce que recherche la trentaine de participants de Monaco qui se sont déplacés pour cette mission économique. Dans des registres divers et variés. Exemple ? Alexandre Hagerty vient promouvoir l'entreprise familiale. En 1895, son arrière-arrière-grand-père crée le premier polish pour l'argenterie. Un coup marketing devenu par la prospérité familiale, un leader dans les produits ménagers pour les métaux précieux. « *Nous ne fabriquons pas d'or, mais nous vendons des produits pour le nettoyer* », sourit-il, en distillant son objectif de mission : approcher l'entourage de l'émir du Dubaï.

L'entreprise Hagerty s'est spécialisée depuis quatre ans dans le marché des gouvernements et des royautés, pour fournir

leur intendance en produits capables de lustrer le marbre et les dorures. Parmi les 80 clients prestigieux, Buckingham Palace ou le Palais de Monaco sont déjà convertis. À quand des produits monégasques pour faire briller les mètres carrés marbrés chez le cheik Mohammed ?

## Des relais espérés

En parlant de mètres carrés, la délégation compte sur la présence de représentants du secteur immobilier. Parmi eux, Florian Valeri avec son agence prospecte pour trouver des relais sur place, potentiels fournisseurs de biens à sa clientèle. « *De plus en plus de Monégasques ou de résidents sont intéressés pour avoir un logement à Dubaï. Les connexions entre les deux pays sont impor-*

*tantes* », confie-t-il, louant notamment les atouts d'un marché dubaïote attractif et rentable pour des investisseurs qui peuvent trouver des biens d'exception en nombre, autour de 5 000 euros le mètre carré.

Question contact, les représentants de la société Monaco Brands, chargée de veiller sur l'exploitation et la protection des marques nationales que sont "Monaco" et "Monte-Carlo" ne s'est pas déplacée pour rien. Après avoir trouvé un futur collaborateur, il y a quelques jours, la mission leur a permis de le rencontrer hier pour la première fois. Ce dernier sera agent pour la société. « *Il agira sur tout le Moyen Orient pour appréhender la zone avec ses spécificités* », explique le p.-d.g., Philippe Boissouvier.



La délégation réunie hier autour des représentants du DMCC.

(Photo C. V.)

À savoir : veiller à l'exploitation des marques nationales sur cette région du monde, et pourquoi pas lancer des opportunités ? Car la marque Monaco ou Monte-Carlo n'est pas for-

cément apposée à des produits ou des concepts nés en Principauté. Et elle peut aussi s'allier à des partenaires internationaux compétents. Et peut-être de Dubaï...