



#Focus on

Essenza di un'isola

Speciale Fashion Issue 2016

Speciale 20 anni

Run+me

Speciale Festival di Cannes 2016



Le idee shopping più glam con Io Donna shop

ATTUALITÀ

PERSONAGGI

MODA

BELLEZZA

LIFESTYLE

BENESSERE

OROSCOPO

VIDEO

SPECIALI SHOP

[HOME](#), [ATTUALITÀ](#), [IN PRIMO PIANO](#) 30 novembre 2015

## Il sogno di Azra Kamrava: tornare a Teheran e vendere abiti da sposa italiani - Io Donna

*Un traguardo faticosamente conquistato, dato che per anni le imprese italiane hanno avuto difficoltà nel fare business con l'Iran a causa dell'embargo, soprattutto quello bancario*

di Farian Sabahi



Azra Kamrava

Trentasette anni, nata e cresciuta in **Iran**, qualche anno fa **Azra Kamrava** è venuta a studiare a Milano dove si diploma alla Nuova Accademia di Belle Arti, per poi trasferirsi a Bolzano. Qualche altra esperienza in giro per l'**Italia**, finché decide di tornare a **Teheran**. E lì, nella capitale iraniana, nei prossimi giorni **aprirà il negozio di moda Sarireh dove saranno messi in vendita gli abiti da sposa dell'atelier Giuseppe Papini di Bergamo**. La location che Azra e la sua socia **Sahar Reisi**, di 39 anni, hanno scelto è nel nord della capitale, nel prestigioso quartiere di Shemiran dove vive l'alta borghesia e il prezzo degli immobili sta andando alle stelle.

E sì, perché dopo gli accordi di Vienna (quelli del 14 luglio sul controverso programma nucleare) la situazione sta migliorando e sono in tanti che vanno (o tornano) a Teheran pensando di fare affari. Ma destreggiarsi non è facile e **per anni le imprese italiane hanno avuto difficoltà nel fare business con l'Iran a causa dell'embargo**, soprattutto quello bancario perché gli istituti di credito hanno molte difficoltà nell'accettare pagamenti da Teheran. E infatti per concludere l'accordo tra le stiliste iraniane e la Papini di Bergamo c'è voluta la competenza dell'avvocato Marco Padovan, esperto di commercio internazionale da anni attento ai temi dei controlli sulle esportazioni e alle sanzioni economiche internazionali.

Con un milione di fatturato e tredici dipendenti, l'atelier Papini già esporta negli Stati Uniti, Giappone, Corea, Germania, Francia, Gran Bretagna. Perché le stiliste iraniane hanno scelto proprio questo marchio? «**Il made in Italy è da sempre il top per noi iraniani**, e la Papini è un'impresa artigianale, con un prodotto elegante adatto al mercato iraniano, e più flessibile rispetto a quelle di maggiori dimensioni», spiega Azra al telefono da Teheran, in un ottimo italiano. Segno che sono persone come lei, che hanno vissuto sia in Iran sia in Italia, possono fare veramente da ponte e creare un valore aggiunto.

Nel negozio di Shemiran ci si aspetta un grande afflusso di pubblico. Donne con il nasino rifatto e il trucco pesante, coprono con il foulard solo parte dei capelli. Lì, nei quartieri settentrionali della capitale iraniana, **le feste di matrimonio si organizzano nelle ville private: uomini e donne ballano insieme**, signore e signorine in abiti scollati e tacchi alti. Se passano i miliziani, il padrone di casa se ne sbarazza con una lauta mancia. E se il denaro sottobanco non funziona, allora è un fuggi fuggi generale. Diverse le feste negli alberghi, dove gli uomini stanno in un locale e le donne dall'altra, separati, nel rispetto della segregazione dei sessi imposta dopo la Rivoluzione del 1979.



Azra Kamrava (a destra) e la sua socia, Sahar Reisi

Un mercato interessante e di sicuro sviluppo, quello dei matrimoni nella Repubblica islamica dove l'età media è di 28 anni, **la moda italiana seduce e le famiglie non esitano – per tradizione – a indebitarsi per la cerimonia di nozze.** Quando ci si sposa? Tutto l'anno, evitando accuratamente le celebrazioni religiose e quindi il mese di Ramadan e i giorni di Ashura, quando si commemora l'assassinio dell'Imam Hossein nella piana di Kerbela.

Gli abitanti della Repubblica islamica sono 78,1 milioni, il 28 per cento della popolazione ha meno di diciott'anni e gli over 65 rappresentano soltanto lo 0,8 per cento. Gli iraniani vivono per lo più nelle città e, secondo gli analisti, nel 2030 l'ottanta per cento della popolazione iraniana sarà urbanizzata (per ora siamo attorno al 65 per cento). **Una popolazione con un alto livello di istruzione, soprattutto femminile** perché due matricole (e due laureati) su tre sono donne. Una popolazione che guarda a Occidente, è attenta al brand ed è potenziale consumatrice di made in Italy.

**Nei primi mesi del 2016 ci sono cambiamenti in vista, perché dopo gli accordi di Vienna sul nucleare aumentano le aspettative del ceto medio, lasciando pensare a una crescita dei consumi:** il reddito medio procapite è di quasi 10mila dollari (la metà rispetto all'Arabia Saudita e il doppio rispetto a Egitto e Iraq). Ma, di fatto, gli iraniani hanno più denaro in tasca di quanto si legga nelle statistiche (che non tengono conto di un potere d'acquisto superiore al nominale). E il business dei matrimoni va oltre gli abiti da sposa, perché riguarda anche l'edilizia, l'arredamento, l'abbigliamento e gli articoli per l'infanzia.

Il ceto medio-alto punta alla qualità e per i beni di consumo guarda all'Italia, anche se poi per certi prodotti bisogna fare i conti con i dazi volti a tutelare le industrie locali. Certo, l'Italia non è solo moda e design e la missione del 29-30 novembre a Teheran – promossa dal Ministero Affari esteri e Cooperazione internazionale e dal Ministero dello Sviluppo economico, e organizzata da ICE con Confindustria, ABI e dalla sezione sviluppo commerciale dell'Ambasciata italiana a Teheran – ha coinvolto i settori dell'ambiente e delle energie rinnovabili, la meccanica, le apparecchiature medicali, i materiali edili e l'automotive. Ma questa è un'altra storia.



Abito in pizzo ricamato, tulle e cintura in mikado di seta dell'atelier Giuseppe Papini