

EDILIZIA. Il salone del design in Marocco occasione per scenari inediti

Medinit, sarà il Congo la nuova scommessa

Aperto canale diretto tra imprese e gli operatori del Paese africano

Francesca Lorandi

«A **Medinit Expo** molte aziende italiane hanno potuto conoscere di persona potenziali clienti provenienti da tutto il continente africano, siglare nuovi contratti e capire l'utilità di far parte di reti di imprese, per penetrare meglio nei mercati stranieri». Francesco Bresolin è presidente della società che da cinque anni organizza **Medinit Expo**, il Salone italiano del design, delle tecnologie per l'arredamento d'interni e per le costruzioni, che ha chiuso i battenti venerdì scorso a Casablanca.

L'ultima edizione della manifestazione ha guardato oltre i confini marocchini, aprendo le porte anche ai professionisti provenienti da tutto il continente africano. «Sono stati oltre duemila gli operatori che hanno visitato l'area espositiva che ha accolto 150 imprese italiane, 18 delle quali veronesi», spiega Bresolin.

Medinit Expo è diventata nel tempo la principale manifestazione del settore per il Marocco, tanto che l'ordine nazionale degli architetti ha scelto di organizzare l'assemblea annuale proprio a Casablanca, durante i giorni del Salone. «Inoltre le nostre imprese hanno potuto visitare di persona alcuni dei cantieri presenti a Casablanca», spiega il presidente, «e presentarsi ai dirigenti del Gruppo Garan, la maggiore realtà del settore edile presente in Marocco: questa società ha stretto con il Governo un accordo che prevede

la costruzione di aree residenziali da 150mila abitanti, caratterizzate da servizi quali ospedali, centri commerciali, nuove tangenziali. Ma per realizzare il progetto ha bisogno di know how estero: per questo i contatti creati durante Medinit possono diventare strategici».

Ma non è solo il Marocco un Paese dal grande potenziale: ci sono realtà come quella del Congo, ad esempio, in forte crescita dal punto di vista delle costruzioni. «Le imprese locali», aggiunge Bresolin, «cercano materiale italiano di qualità, ma riescono ad acquistarlo solo sul web, con tutti i limiti che ne derivano. **Medinit Expo** ha aperto un canale diretto tra le nostre imprese e gli operatori congolese».

Tuttavia questa manifestazione rappresenta solo l'inizio, il primo passo per penetrare nel mercato africano: è necessario poi coltivare un rapporto personale, guadagnarsi la fiducia del potenziale cliente, farlo appassionare alla qualità dei propri prodotti. Ma questo non basta, spiega ancora Bresolin:

«Le aziende hanno compreso che per muoversi all'estero, o si è un grande gruppo o è necessario organizzarsi in reti, anche di piccole dimensioni. Le imprese lo stanno capendo, e negli ultimi tre anni ho notato un cambiamento di mentalità anche da parte di quelle venete, le più restie a mettersi in gruppo. È un cambiamento necessario, perché è quello che ci viene chiesto dai mercati stranieri». ●



Francesco Bresolin

