

Tessile, moda, cibo la corsa all' oro delle pmi in Africa

GABRIELLA COLARUSSO

Interscambio Tra le due sponde del Mediterraneo Gli immigrati in Italia, ora imprenditori, creano un ponte con i loro Paesi d' origine ROMA Blaise Nanfack Pagui ha 26 anni, viene dal Camerun, parla quattro lingue, dopo la laurea in comunicazione e letteratura all' università di Dschang si è specializzato con due master in amministrazione aziendale - all' università di Torino e alla Alma Laboris, e oggi lavora per uno dei marchi italiani più noti all' estero: l' azienda tessile Ratti, del gruppo Marzotto. Pochi giorni fa è tornato dal Senegal, un viaggio per «studiare il mercato tessile» del Paese e preparare un possibile sbarco della società a Dakar, racconta. «Siamo presenti da tempo nel Nordafrica, ma l' Africa subsahariana è un mercato in crescita, interessante e da due anni e mezzo abbiamo avviato un programma di studio per costruire collaborazioni nuove, a cominciare dal Togo».

Ieri Pagui era a Roma per la seconda edizione di Italia-Africa Business Week, una due giorni di incontri tra imprenditori italiani e africani per scambiarsi contatti, fare networking, capire dove va il mercato oltre gli investimenti delle grandi aziende come Eni, che rappresentano la quota più consistente della presenza imprenditoriale italiana nel continente: energie rinnovabili, agrobusiness, nuove tecnologie, industria biomedica, tessile e moda sono tutti settori con alte potenzialità per le imprese italiane medio piccole che «possono portare competenze, cultura d' impresa e responsabilità sociale d' impresa, creando valore economico da ridistribuire alle comunità locali, in una logica di co-sviluppo nel continente», dice Carlo Robiglio, presidente della Piccola Industria e vice presidente di Confindustria. A patto di saper leggere le differenze all' interno di un continente che cresce a ritmi del 4% medio l' anno, ma con enormi disparità tra gli Stati e in cui operano competitor molto agguerriti come francesi, americani, cinesi. I dati del ministero dello Sviluppo confermano l' ottimismo nei rapporti Italia-Africa ma con alcune zone d' ombra: l' interscambio vale 36 miliardi nel 2017, 2 in più del 2016, ma 7 in meno del 2011 (43 miliardi). Nei primi sei mesi del 2018 è



creciuto a 25 miliardi ma l' import è ancora superiore all' **export** e il grosso degli scambi si basa su petrolio, gas e prodotti derivanti dalla raffinazione. Nei mercati più piccoli le potenzialità ci sono, ma «vanno colte comprendendo le differenze tra i diversi Paesi, non tutti crescono ai tassi della Nigeria o hanno la sua stessa classe media», dice Simone Santi che lavora nel continente da più di 15 anni con la sua Leonardo, una società di consulenza, base in Mozambico, che aiuta le imprese a internazionalizzarsi ma ha fatto anche investimenti diretti in diversi settori, dal turismo all' agroalimentare. «Le Pmi italiane scontano spesso la mancanza di una strategia di investimento a lungo termine: l' idea che l' **export** si faccia mordi e fuggi, mettendo un prodotto sul mercato e poi abbandonando quel Paese non funziona più da molto tempo. Serve una presenza stabile sul posto, investire anche nel capitale umano, formare le persone». È quello che fanno «cinesi e francesi». E che ha deciso di fare anche Madi Sakande, una storia al contrario la sua: nato nel Burkina Faso, immigrato in Italia fa diversi lavori, anche da bracciante agricolo, poi la svolta nel 2011 quando insieme ad altri soci rileva un' azienda di Calderara di Reno, in provincia di Bologna, quasi fallita. La New Cold System oggi ha 11 dipendenti, la maggior parte italiani, 4 soci e fattura due milioni all' anno progettando e vendendo sistemi per la refrigerazione del cibo a basso impatto ambientale. Da maggio, Sakande ha aperto un magazzino anche nella sua città, Ouagadougou, capitale del Burkina, per esportare nel Paese le celle refrigeranti alimentate con sistemi fotovoltaici della New Cold System. «Abbiamo già formato più di 50 tecnici di aziende del posto che ora sono capaci di installare i sistemi. L' Africa è una opportunità per le piccole e medie imprese italiane, ma è importante avere partner locali», dice Sakande, «e in questo gli imprenditori della diaspora possono fare la differenza». © RIPRODUZIONE RISERVATA ANDREA SPINELLI BARRILE.