

Creare una rete sinergica di trade exchanges per il design italiano e il Made in Italy tra il nostro Paese e l'Africa. Questa la scommessa vincente della fiera B2B World ArchitectTour realizzata da Padova Hall.

Metodo, relazioni, concretezza

WORLD ARCHITECTOUR | AFRICA 2023

Si è conclusa con successo la conferenza stampa di presentazione del progetto World ArchitectTour, un convegno occasione di confronto e di consapevolezza sui dati concreti per comprendere come muoversi nei nuovi mercati con la partecipazione di **Agenzia ICE**, Studio **Roncucci&Partners** e **Banca Generali**, e grazie alla lungimiranza di **Padova Hall** e **Medinit**.

In questo mondo globale, in continuo mutamento, non è possibile pensare di stare chiusi nel proprio ambiente senza aprirsi all'esterno. **L'Africa** è un continente immenso e rappresenta **una grande opportunità commerciale** per tutti coloro che lavorano nel campo del design in Italia. Una nuova possibilità di business, in un mercato di frontiera, che apre positivi orizzonti d'investimento dopo la drammatica chiusura dei mercati dell'est.

La **fiera B2B WORLD ARCHITECTOUR | AFRICA** realizzata da **Padova Hall** con il supporto di **Medinit** nasce proprio con questo obiettivo: mettere in contatto architetti, progettisti e *furniture companies* nazionali con imprenditori africani interessati alle eccellenze del design italiano.

«Crediamo molto in questo progetto. In quanto ente fieristico abbiamo scelto di utilizzare le nostre forze e competenze per supportare le imprese creando una manifestazione mirata e concreta che incontri le esigenze specifiche delle aziende e dei buyers. Un format estremamente organizzato e non dispersivo strutturato per essere efficiente e funzionale. Questa capacità di mettere insieme domanda ed offerta piace e ci piace molto.»

Così **Marco Valsecchi**, direttore generale di **Padova Hall**, durante la conferenza stampa di presentazione di **WORLD ARCHITECTOUR | AFRICA 2023** tenutasi a Milano.

«La prima edizione con una sessantina di aziende e oltre 70 buyers da 13 paesi africani. La seconda ha visto l'estensione dello spazio espositivo di più del 20%. Per il 2023 si punta a crescere ulteriormente almeno di un altro 20% sia per quanto riguarda la superficie, la presenza di Aziende italiane e di operatori africani, con collaborazioni atte a rafforzare il rapporto commerciale con i Paesi coinvolti in un percorso ancora più specifico di selezione dei partecipanti.»

Queste le parole di **Francesco Bresolin**, Ceo di **Medinit** che ringrazia **Azienda ICE** e **Roncucci&Partners** per il prezioso supporto.

Pur rivelando un panorama economico dinamico e in crescita l'Africa è un territorio complesso ancora soggetto a forti pregiudizi. Strategie e conoscenze mirate si rivelano perciò fondamentali per arrivare preparati ad interagire in modo adeguato con un diverso tipo di mercato.

«L’Africa è un grande Paese che sta crescendo, si sta trasformando, rivoluzionando a livello culturale, artistico e di design. Si deve sdoganare il mito che ci siano solo luoghi molto poveri, privi di classi imprenditoriali forti. Ogni Stato africano è diverso ed avere reti di relazioni stabili in loco è fondamentale per comprenderne le dinamiche interne soprattutto in queste fasi di pieno sviluppo.»

A questo importante concetto espresso dalla **dott.ssa Maria Maddalena Del Grosso**, dirigente dell’Ufficio Beni di Consumo di **ICE** (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane) fa seguito la **dott.ssa Stella Occhialini di Roncucci&Partners**:

«Il Mediterraneo e l’Africa sono molto vicini da più punti di vista tanto che si parla di continente verticale. In quanto Italia abbiamo un vantaggio competitivo dato dalla vicinanza e dal fatto che in questi ultimi anni sono state portate avanti iniziative per migliorare e consolidare le relazioni tra i nostri Paesi. Momenti d’incontro B2B, con preparazione delle imprese ad affrontare le dinamiche del mercato Africa e le sue usanze, rendono sicuramente più di valore e di successo le nuove possibilità d’interazione commerciale con il Paese. Prendere il trend e investire in questo mercato è quindi sicuramente un’occasione da cogliere vista la qualità dei nostri prodotti nazionali.»

Aprire trattative di scambio dinamiche mostrando la qualità dei prodotti ma anche la competenza delle aziende nel saperli raccontare al meglio, inserendosi in modo rispettoso ma deciso in nuovi contesti culturali. Queste le dinamiche a cui sono state introdotte le realtà aderenti alle precedenti edizioni di **WORLD ARCHITECTOUR | AFRICA**. La sentita partecipazione degli imprenditori alla conferenza stampa dimostra il successo di una **manifestazione B2B dal format innovativo**, che ha a cuore l’interesse delle aziende. Il successo è dato dalla concretezza e dal fatto di concentrarsi su target di **buyers estremamente mirati** garantendo interlocutori interessati e creazione di sinergie solide nel breve come nel medio e lungo termine. Un seminare efficace per un mercato in crescita rivolto a clientele alte e di prestigio.

«I mercati emergenti sono un universo che comprende aree geografiche diversissimi per sistemi politici e strutture finanziarie e sono tre aree: Sud America, Europa dell’est e Asia. L’Africa è considerata mercato frontiera: è quello che il Brasile era 40/50 anni fa. Le prospettive sono interessanti. I passi avanti straordinari che sono stati fatti nella struttura dei sistemi economici e finanziari degli ultimi decenni mettono questi paesi in una condizione particolarmente vantaggiosa verso cui possiamo guardare con fiducia. Per un positivo realismo materialmente aderente ai fatti.»

Così il **market specialist dott. Carlo Benetti** di **GAM Italia** che con **Banca Generali** ha fornito una preziosa panoramica sull’importanza d’investimento in questi nuovi asset.

Aumento anagrafico in crescita, classe media africana in ascensore che mira ad imitare lo stile occidentale considerato prestigioso e all'avanguardia, forte stima per il design e l’arredamento italiano. In Africa si aprono sicuramente delle prospettive interessanti da guardare con metodo, forti di consolidate relazioni e in un’ottica di business estremamente concreta.

WORLD
architectour

PADOVA **HA**
L
The World of Business,
Innovations, and Services

Fiera di Padova
è un marchio di Padova Hall S.p.A.

Grande attesa quindi per **WORLD ARCHITECTOUR | AFRICA 2023, 6 e 7 luglio**, realizzata da **Padova Hall**, con il supporto di **Medit**, e per i risvolti della sua scommessa d'investire nelle relazioni, commerciali ma anche e soprattutto umane.