

Il caso

Presentata a Vicenza «Casaitalia». L'operazione costerà 1,5 miliardi

Centri commerciali palladiani Il made in Veneto a Riyad

Cordata di imprenditori del Nord Est con lo sceicco saudita

VICENZA — Lo sceicco saudita di sangue reale, gli industriali veneti e il sogno, che si avvera, di uno sbarco in forze nel mercato mediorientale. Un ingresso dalla porta principale grazie a «Casaitalia»: progetto, ideato dal principe Abdul Mohsen Abdulaziz Al Hokair e firmato nei giorni scorsi, che vedrà la realizzazione di 31 nuovi centri commerciali in stile palladiano dedicati esclusivamente a produzioni «made in Italy», nella capitale Riyad e nel resto dell'Arabia Saudita. A partecipare sono finora 140 aziende italiane piccole, medie e grandi tra cui molte del Nordest: tra gli altri Trend (mosaici), Rigoni di Asiago (marmellate), Alpina Immobiliare (edilizia), Amatori Architetture. Lo sceicco investirà nel progetto (che pagherà interamente) più di un miliardo e mezzo di euro, i primi tre centri commerciali apriranno entro sei mesi. «Come in ogni favola che si rispetti, c'è anche il principe», ha sintetizzato ieri Pino Bisazza, presidente di Trend e per un giorno padrone di casa: nella sua villa vicentina alle Scalette, a Monteberico, è stato ospitato il «matrimonio» che ha dato il via al rapporto commerciale di «Casaitalia», con tutti i principali protagonisti.

Abdul Al Hokair è il presidente dell'omonimo gruppo, che secondo alcuni sarebbe anche vicino alle offerte arabe per la Roma Calcio. Chi se lo aspettava vestito con la tradizionale tunica e copricapo bianchi è rimasto sorpreso: lo sceicco si è presentato all'appuntamento con la moglie e la figlia in abiti occidentali, cappello bianco e giacca blu a righe, e un fazzoletto che spuntava dal taschino. La famiglia era reduce da un giro nelle montagne vicentine: «Amo Asiago, è un "dream". Potrei comprare una casa lì - ha detto ai presenti il principe, con un sorriso - a tutti gli arabi piace lo stile italiano, dai vestiti agli alimenti. Con Casaitalia voglio portare l'eccellenza italiana nel mondo arabo, e più avanti estendere il progetto anche in Africa e Asia».

Il progetto prevede di aprire entro sei mesi a Riyad e in altre due delle maggiori città saudite i primi tre centri Casaitalia. Entro fine 2011 ne verranno realizzati altri otto, a seguire gli ultimi venti. Tutti avranno aree espositive di circa 20 mila metri quadrati e ricorderanno delle cittadelle rettangolari, palladiane per stile e proporzioni, con una piazza centrale e al centro di ogni lato una struttura simile alla facciata di una villa. All'interno

ospiteranno i migliori prodotti italiani nei settori dell'alimentazione, dell'arredamento, del design, del project-engineering, dell'efficienza energetica in edilizia. «Il mercato arabo è grande ma molto difficile - ha aggiunto Giuseppe Forlaneli, presidente della fondazione Mitteleuropa che, grazie alla decennale amicizia con lo sceicco, ha dato il via al piano - questa per le aziende italiane è una buona opportunità di entrare dalla porta migliore partecipando solo con i propri prodotti, senza spese. L'investimento è infatti a carico del principe, che resta ovviamente il proprietario di tutta la parte strutturale». Fra i nomi delle imprese capofila ci sono: Trend, Tegola Canadese, Doimo Contract, Alpina Immobiliare, Bpt Group, Rigoni di Asiago, Dok Dall'Ava, Electrolux, Doimo Salotti, Arredo3 Cucine, Edilbasso, Amatori Architetture, Artesi, Euro Bagni, Uffix, Tema, Ibt Viaggi. «Una bella novità - chiude Luigi Rigoni, della Rigoni di Asiago - è che le imprese grandi e piccole stavolta si presentano a braccetto, fanno gruppo. E non ci sono multinazionali con prodotti italiani "finti": tutte le aziende sono state selezionate accuratamente».

Andrea Alba





Il progetto

Nei 31 centri commerciali sauditi «Casaitalia» troveranno posto 140 aziende italiane, tra cui molte venete. Il costo complessivo dell'operazione è di 1,5 miliardi, pagati interamente dallo sceicco.