

IL PERSONAGGIO. Ieri l'incontro con gli imprenditori partner dei sauditi

Palladio incanta lo sceicco arabo che ama l'Italia

È quasi ultimata la prima Casaitalia, città-mercato che ospiterà a Riyadh prodotti italiani e vicentini

Nicola Rezzara

Quando ha visto il progetto in stile palladiano elaborato dall'architetto thienese Gino Carollo, ha mandato all'aria il parco giochi che stava costruendo a Riyadh e al suo posto ha fatto realizzare senza perdere tempo Casaitalia, la prima di una serie di città-mercato dove troverà spazio il meglio del Made in Italy ed in particolare del Nord Est.

Ne realizzerà una trentina in fotocopia solo in Arabia Saudita. Ma sembra solo l'inizio: «Cominciamo da Riyadh, ma poi voglio portare Casaitalia in tutto il mondo».

Ad annunciarlo è lo sceicco Abdul Mohsen Abdulaziz Al Hokair, ieri nel quartier generale di Trend ai piedi dei Colli Berici, che nel progetto Casaitalia ha investito qualcosa co-

me un miliardo e mezzo di dollari.

La prima città-mercato è quasi ultimata nella capitale Riyadh, la prossima sarà realizzata a Jeddah. E il parterre di decine di imprenditori vicentini, ma non solo, che ieri hanno accolto lo sceicco, era il segno dell'interesse per un mercato potenzialmente senza limiti.

Che in tempi di crisi non è male, soprattutto se come partner hai uno degli uomini più ricchi del mondo, che ha anche il fiuto per gli affari, tanto da essere eletto per tre anni di seguito "business man of the year", l'uomo d'affari dell'anno nel mondo arabo.

Lo sceicco, dopo la notte passata in albergo in centro ad Asiago, ieri si è presentato nella seicentesca villa Rossi sede di Trend in abiti occidentali - giacca nera, pantaloni, cappello e camicia bianchi - e ha colloquiato in italiano con gli im-

prenditori nostrani.

Ha infatti frequentato l'università a Roma e quando da giovane è passato per il Veneto è rimasto folgorato dall'architettura palladiana.

Così quando Giuseppe Forlanelli, il presidente della Fondazione Mitteleuropea, gli ha proposto Casaitalia, lui ha preteso Palladio. È lo studio di Carollo ha trasferito la sua volontà su carta.

Nei 20 mila metri quadrati espositivi su due piani, all'interno di ognuno dei primi trenta cloni di Casaitalia, troverà posto l'eccellenza del Made in Italy: non solo prodotti alimentari accuratamente selezionati - per il Vicentino, ad esempio, le marmellate di Rigoni di Asiago - ma anche design, mobili artigianali e tecnologie edilizie innovative.

«Assieme al cibo, racconteremo la storia dei prodotti e porteremo anche la nostra cultura.

Insegneremo a cucinare e a utilizzare al meglio i prodotti. Esporteremo un intero sistema culturale legato al cibo» spiega Andrea Rigoni, a capo dell'impresa dell'Altopiano produttrice delle marmellate biologiche, fra le prime aziende chiamate a collaborare.

«Forlanelli ha messo insieme noi imprenditori come un pifferaio magico e ora siamo arrivati al matrimonio con il principe come nelle favole» ha sottolineato Pino Bisazza, presentando lo sceicco, che ha usato poche parole per spiegare con semplicità il motivo dell'imponente investimento: «A tutti gli arabi e a tutto il mondo piacciono le cose italiane. Siete i primi al mondo per la moda, le industrie il cibo. Dopo l'Arabia con Casaitalia andremo in Asia e in Africa e poi chissà».

Alla faccia della crisi. ♦

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dopo l'Arabia Saudita portiamo il Made in Italy anche in Asia e Africa e oltre

**ABDUL MOHSEN AL HOKAIR
SCEICCO SAUDITA**

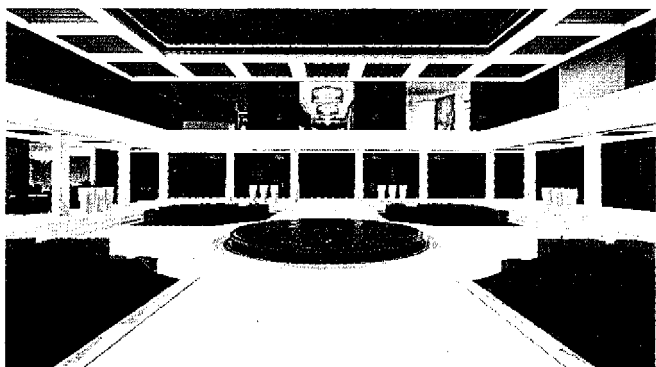




Giuseppe Forlanelli, Pino Bisazza e lo sceicco Abdul Mohsen nella sede di Trend. COLORFOTO



Il progetto della zona dedicata agli alimenti in Casaitalia



Il patio centrale della città-mercato