

BRESCIA E RUSSIA Dalla ricchezza sfrenata alla povertà assoluta. C'è spazio per i prodotti di eccellenza e per i beni strumentali

Un mercato senza classe media

Export possibile? Facendosi accompagnare, e identificando i canali giusti

Marco Sampognaro

MOSCA

Vista dall'occhio di un commerciante esperto, Mosca è una «città strana». Carlo Massoletti, titolare di Eurosport, vicepresidente Ascom e presidente di **Brixia Expo**, l'ha girata in lungo e in largo per farsi un'idea della tipologia distributiva. Ed è arrivato a queste (provvisorie) conclusioni: «In centro c'è un'offerta imponente di fascia alta, che riguarda i consumi di lusso: prodotti di alta qualità, con una forte componente artistica, tecnologica o di design. E poi ci sono prodotti di massa, di scarsa qualità e di prezzo basso. Manca totalmente i consumi intermedi. Come se la "classe media" fosse assente. E probabilmente lo è, se l'offerta rispecchia la domanda. Evidentemente c'è una fascia di ricchi piuttosto numerosa, almeno nella capitale, e poi una maggioranza della popolazione che non accede ancora al benessere».

I primi centri commerciali stanno nascendo adesso, e sono o francesi o tedeschi. «Evidentemente siamo di fronte a un mercato con una grandissima potenzialità dal punto di vista dei consumi, e con in più una grande sensibilità per il made in Italy, enogastronomia compresa. Elemento quest'ultimo che non c'è, ad esempio, in Cina».

Raccogliamo l'impressione di Massoletti in attesa dell'aereo che da Mosca ci porterà a Milano, nella giornata conclusiva della missione che la Camera di commercio di Brescia ha svolto in Russia in occasione della mostra «Mito e Velocità». La missione doveva innanzitutto presentare il made in Brescia (e a questo sono stati finalizzati stand, incontri e degustazioni); ma già che c'eravamo, come non cercare di capire qualcosa del mercato russo? E il risultato è stato questo impasto di contraddizioni e opportunità, rischi e business che dà forma alla Russia moderna. Dove pare manchi totalmente la

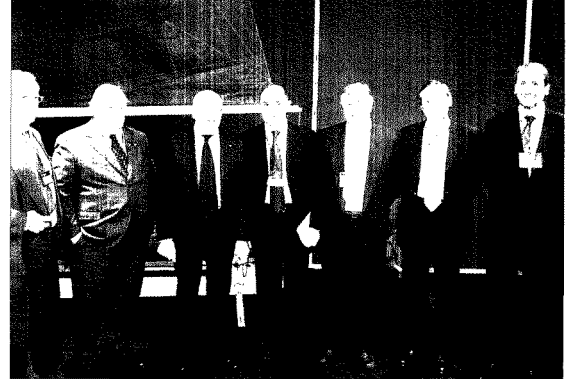
classe media, e dove però nei primi giorni di apertura a Mosca dello showroom Ferrari sono state vendute tredici «Scaglietti». E dove i russi pagano duecentocinquanta euro per una chianina, come ci ha raccontato lo chef bresciano in trasferta Valentino Bontempi (vedi articolo sotto).

Ma Massoletti parla anche da presidente dell'Immobiliare Fiera, e in questa veste non può che essere soddisfatto dell'accordo siglato tra **Brixia** e «Arms & Haunting» nel settore delle armi sportive e da caccia: «Un accordo molto significativo che ci mette in rapporto con una fiera specializzata e un mercato di appassionati. Un mercato di fascia alta, soprattutto nella zona di Mosca, che le imprese

bresciane possono servire al meglio». Il fatto poi che **Brixia** sia in aprile e Arms & Haunting in ottobre costituisce una sinergia che ci rende competitivi rispetto alla fiera di Norimberga, la prima nel nostro settore e quella a cui vogliamo contendere il primato».

Da Mosca torna soddisfatto anche Gian Maria Rizzi, presidente della Confartigianato bresciana. «Abbiamo aderito a questa missione perché siamo convinti che le piccole e medie imprese artigiane debbano intraprendere la via dell'internazionalizzazione. Del resto già il 10% delle nostre imprese va all'estero. Così abbiamo selezionato tre aziende rappresentative di diversi settori (Cantiere Archetti per la Nautica, Lls per la lavorazione dei metalli, Peloso per l'artigianato artistico) e hanno avuto un ottimo riscontro».

Esportare si può, quindi, spiega Rizzi, «Ma con un supporto sia in termini organizzativi sia di marketing. Aiutando l'impresa a far conoscere il prodotto e a trovare il canale distributivo migliore. A queste condizioni, la Russia è un'opportunità».



La delegazione con i vertici dell'Ice. Da sin. Zeraschi, Calzoni, Vattani, Bettoni, Rizzi, Morgano e Massoletti

