

Mombasa - 15.01.2014

Diario di Bordo tappa in Kenya

Mombasa - 15.01.2014

I grattaceli, le tempeste di sabbia e i lunghi vestiti neri delle donne islamiche, sono ormai ricordi lontani. Il 10 gennaio la Cavour entra nel nuovo e meraviglioso scenario dell'Africa. Le aspettative sono molte.

Il porto di Mombasa è ben diverso dai porti commerciali delle metropoli del Golfo arabico. La banchina in cui siamo ormeggiati è molto stretta. Da poppa possiamo osservare ogni mezz'ora la partenza, da una piattaforma semi affondata, del traghetto che collega le due parti della città, così carico di persone, carretti e oggetti di ogni tipo che sembra affondare a ogni viaggio.

La novità è la presenza, a bordo, di molti bambini locali, accompagnati dalle famiglie. Tutti un po' impauriti dalle dimensioni spropositate della nave, ma sorridenti e pieni di

curiosità. In pochi giorni la loro vita cambierà, grazie agli interventi dell'equipe di *Operation Smile* a bordo per effettuare operazioni chirurgiche, e gli oculisti della fondazione Francesco Rava che preparano occhiali da vista. Di fronte a un bambino che vede per la prima volta, la frenesia di tutto il nostro lavoro passa in secondo piano. Il progetto ha tutto un altro sapore adesso, ci sentiamo parte di qualcosa di ancora più grande.

Il primo giorno di attività, siamo stupiti dal numero di giornalisti presenti a bordo. Sono tutti molto curiosi, avidi di cartelle stampa e carichi di domande. È un onore poter raccontare il motivo della nostra presenza a bordo. Raccontare le storie delle imprese associate. Parlare di tutti i settori che FederlegnoArredo rappresenta, incalzati da domande mirate e curiose.

La qualità dei prodotti italiani è conosciuta qui in Kenya, ma non è ancora di casa. Il mercato ad oggi sembrerebbe essere saturo di prodotti provenienti dalla Cina e dall'Indonesia. Mentre i produttori di mobili sono prevalentemente indiani. Emerge da subito un forte interesse a sviluppare collaborazioni con imprese italiane per l'importazione di tecnologia e di know how. Dalle conversazioni avute con gli operatori kenioti, infatti, è emerso un crescente interesse verso prodotti di qualità e marchi famosi. L'importante crescita economica che il Kenya sta registrando ha sicuramente una forte incidenza su questo nuovo orientamento.

Molti operatori del paese manifestano il desiderio di voler instaurare relazioni commerciali con nuovi paesi, diversi da quelli che hanno tradizionalmente esercitato la propria influenza economica nella regione, come Francia e Inghilterra (per i quali sembrano nutrire una sorta di “antipatia” in quanto ex-colonizzatori).

Si riparte verso il Madagascar con la consapevolezza che l’Africa è un mercato importante, in crescita. Le opportunità sono molte e bisogna saperle prendere.

