



PROTAGONISTI
**L'entusiasmo degli espositori
nei commenti targati Brescia**

La tre giorni di fieramilano è l'occasione per discutere di strategie, allargare gli orizzonti, incontrare i clienti e confrontarsi con opportunità e problemi del mercato. **A PAGINA 2**



IL SENTIMENT

BRESCIA L'ENTUSIASMO DEGLI ESPOSITORI

■ Cresce l'attesa per il taglio del nastro di Made in Steel 2023, intanto si respira l'entusiasmo degli espositori, tra i quali è qualificata la presenza bresciana.

I cambiamenti. Paola Artioli, presidente di Asonext (Ospitaletto): «Quest'anno porteremo in fiera tutti i cambiamenti che stiamo mettendo in atto nella nostra organizzazione. C'è grande entusiasmo per un mercato che ci sta dando soddisfazioni. Il bello è trovarsi con i colleghi, potersi scambiare opinioni, sentimenti».

Oltre i confini. Giorgio Ghini,

Ceo e socio fondatore di Steele (Brescia): «Per noi è fondamentale partecipare all'appuntamento internazionale che riunisce tutta la filiera dell'acciaio. Ci aspettiamo una grande affluenza di visitatori stranieri. Made in Steel per noi rappresenta un'occasione per allargare le relazioni oltre i confini europei».

Il punto. Stefano Scolari, amministratore delegato di ABS (Ud, hanno di recente aperto nel Bresciano un nuovo centro servizio): «Made in Steel è un momento che, soprattutto negli ultimi anni, ha assunto una forma anche internazionale. Quindi per noi che

esportiamo in 50 Paesi è molto importante. Credo che sia un momento si possa fare il punto della situazione, scambiarsi delle idee».

Il confronto. Francesco Moretti, direttore generale di Begni Group (Travagliato): «Siamo cresciuti insieme all'evento e ne abbiamo constatato l'incredibile evoluzione. Ricordo le prime edizioni, quando l'acciaio viveva momenti di grandissima abbondanza. Oggi alcune aziende non ci sono più, molte altre sono cresciute e migliorate. Ciò che non è cambiato è trovare in un unico evento clienti che vengono da tutta Italia e dal

resto d'Europa, e i nostri collaboratori commerciali che abbiamo sul territorio. La tre giorni è l'occasione per discutere di strategie e per confrontarsi con opportunità e problemi del mercato».

La crescita. Marco Capitano, direttore generale Automazioni Industriali Capitano (Odolo): «Made in Steel è casa nostra, un'ottima occasione per ritrovare gli amici, i clienti, i partner della nostra attività. È un ottimo momento di aggregazione e di networking. Made in Steel è evoluta negli anni, è diventata più internazionale, è cresciuta dal punto di vista dei numeri, e così anche noi».

La progettualità. Francesco Brunelli, presidente di Regesta (Brescia): «Partecipiamo da sempre a Made in Steel. Inizialmente per farci conoscere: eravamo nati da poco al tempo delle prime edizioni. Oggi è una bellissima occasione per incontrare tanti fornitori, clienti, partner, e magari incontrare aziende nuove che non conosciamo, per progettare nuove attività». //



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



191869