

# LA NOSTRA AFRICA

## INGEGNO

LA CRISI DEGLI ANNI SCORSI HA INDOTTO LA DIGITALPRINT A CERCARE NUOVI MERCATI, SOPRATTUTTO IN AFRICA

# 'In Nigeria ho trovato l'America'

## La Digitalprint ha stampato le schede elettorali del paese

di MANUEL SPADAZZI

**LA CRISI** del 2008 li ha portati a guardarsi intorno. A cercare nuovi mercati, anche all'estero. Perché «lavorare solo in Italia, con i tempi che correvano allora, non ci avrebbe permesso di crescere». E alla fine la Digitalprint di Rimini ha trovato la sua America... in Africa. Il centro stampa di Viserba ha iniziato a fare sempre più affari in Nigeria. Negli anni l'attività si è talmente radicata nel paese africano, da riuscire a far ottenere all'azienda riminese l'incarico di stampare le schede elettorali per le elezioni. La Nigeria è andata al voto un mese fa, e a trionfare è stato il presidente uscente, l'ex generale Muhammadu Buhari. «Si vede che gli abbiamo portato fortuna – sorride Quinto Protti, titolare della Digitalprint (fondata ne-

### IL MANAGER

**Quinto Protti: «Stiamo pensando di aprire un nuovo stabilimento»**

gli anni '80 dal padre) – visto che avevamo già stampato le schede elettorali per la Nigeria per le elezioni del 2015, quando Buhari ha vinto la prima volta».

**Come è riuscita un'azienda relativamente piccola a farsi strada in Nigeria e ad avere commesse così importanti?**  
«L'attività in Africa è cominciata in maniera casuale. Ho un carissimo amico italiano che vive in Nigeria da trent'anni, e più volte mi ha proposto di provare a lavorare da quelle parti. Dopo il 2008 abbiamo capito che dovevano cercare di ampliare i nostri orizzonti e



cercare commesse anche all'estero. Abbiamo fatto alcuni lavori in Nigeria, pian piano l'attività è cresciuta e così nel 2015 abbiamo ottenuto, presentandoci al bando di gara indetto dallo Stato, l'incarico per la stampa di 100 milioni di schede elettorali. In pratica, buona parte delle schede (la Nigeria ha circa 200 milioni di abitanti) le abbiamo fatte noi».

**E' stato grazie a quel primo incarico che avete fatto il bis alle elezioni di quest'anno?**

«Diciamo che ci siamo fatti conoscere, ma abbiamo partecipato al bando di gara anche questa volta,

ottenendo dallo Stato la commessa per la stampa di 25 milioni di schede elettorali».

**Le schede sono state realizzate in Italia o in Nigeria?**

«Abbiamo fatto tutto in Italia, appoggiandoci anche ad altre aziende. La stampa delle schede elettorali non è una delle nostre principali attività, inoltre le schede utilizzate in Nigeria sono molto differenti da quelle italiane, e molto più complicate».

**Aprirete una sede anche là, prima o poi?**

«Ci siamo già lavorando. Servono attrezzature e formazione, ma

a regime avremo un centro stampa anche in Nigeria che occuperà una cinquantina di persone. Sarà una struttura importante. Qui nella sede di Viserba, tanto per capirci, abbiamo 35 dipendenti».

**La burocrazia che le aziende devono affrontare, è maggiore rispetto a quella italiana?**

«Lavorare in Africa non è semplice. I tempi sono lunghissimi, eppure quando vogliono, sanno essere molto rapidi coi permessi. Ma io ormai in Nigeria ci ho lasciato il cuore: vado una volta al mese a controllare le nostre attività (tornerò là tra una settimana), ho preso anche casa».

### In breve

#### Nascita

Quando Sergio Protti, nel 1987, decide di creare Digitalprint, lo fa dal nulla cominciando a specializzarsi nella manualistica e in particolare negli stampati veloci per le fiere e per gli eventi collegati alla città.

#### Sviluppo

L'azienda di Viserba sente subito forte la sua vocazione: cercare tecnologie e strumenti innovativi per offrire un servizio veloce ed efficiente alla città e alle altre aziende

#### Export

Negli anni l'attività dell'impresa riminese si è talmente radicata in Nigeria, da riuscire a far ottenere all'azienda riminese l'incarico di stampare le schede elettorali per le elezioni

#### Boom

«Ci siamo fatti conoscere in Nigeria – dice Quinto Protti – ma abbiamo partecipato al bando di gara anche questa volta, ottenendo dallo Stato la commessa per la stampa di 25 milioni di schede elettorali»

## CURIOSITÀ LA BLACK MARKETING GURU HA CURATO LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE DEL NUMERO UNO NIGERIANO

# La strategia social del presidente Buhari è made in Rimini



**E' TUTTA** colpa di Gnassi? No, stavolta no. O forse un po' sì. Perché le foto e le campagne virali fatte per la campagna elettorale del sindaco nel 2016 da Black marketing guru, hanno convinto lo staff del presidente della Nigeria a servirsi dell'agenzia riminese. «Una storia che sembra assurda soltanto a raccontarla – confessa Giacomo Arcaro, il vulcanico fondatore della Black marketing guru – eppure è andata esattamente così. E per caso qualche giorno, parlando di questa esperienza con Quinto Protti della Digitalprint, è venuto fuori che anche la sua azienda ha lavorato per le elezioni in Nigeria stampando le schede elettorali. Il mondo è davvero piccolo...».

**PER** la Black marketing guru tut-

to è cominciato grazie al facoltoso imprenditore greco-spagnolo Panos Tsigaras. «Ci ha conosciuto a Dubai e gli è piaciuto come lavoravamo – spiega Arcaro – Così abbiamo iniziato a collaborare insieme. Tsigaras è socio di Bashir Hamisu Kanu, marito della figlia del presidente della Nigeria Muhammadu Buhari. Gli ha fatto vedere come lavoravamo, e Kanu (insieme ad Arcaro nella foto) è venuto anche a trovarci a Rimini». Il nigeriano si è presentato così, insieme a Tsigaras, nella chiesa sconsacrata di Covignano dove l'agenzia di comunicazione riminese ha sede. «Gli abbiamo mostrato anche foto e video che avevamo realizzato per Gnassi, diventati virali soprattutto grazie alla pagina Facebook E' colpa di Gnassi. Gli è piaciuto lo

stile satirico e i toni dissacranti e ironici usati per il sindaco di Rimini, così ci ha coinvolto nell'ultima campagna elettorale per Buhari». Che è stato poi rieletto un mese fa.

**«NON È STATO** per niente facile – confessa Arcaro – Buhari è un personaggio molto particolare, ed è un ex generale. Non potevamo troppo calcare la mano con l'ironia. Abbiamo lavorato sulla sua figura, mettendo in luce i risultati che ha ottenuto nel primo mandato da presidente, e puntato moltissimo sulla sua immagine. La satira non è mancata nemmeno questa volta, ma con molta più cautela». La Black marketing guru si è concentrata soprattutto sulle campagne social e su Google. «La Ni-

geria ha 80 milioni di utenti Facebook attivi, è un bacino enorme e la comunicazione sui social può rivelarsi determinante per il successo (o l'insuccesso) di un personaggio o di un prodotto». L'esperienza in Nigeria non si è chiusa con le elezioni, perché «con Protti e altri imprenditori, riminesi ma non solo, andremo là a maggio. Provveremo a stringere nuovi contatti e a verificare opportunità di lavoro e affari». Nel frattempo è già arrivata alla Black marketing guru la proposta di collaborazione da parte di un politico di un paese caribico, che si candida alle elezioni nel 2020. «Mai avremmo pensato di finire a lavorare per i politici – sorride Arcaro – E' proprio tutta colpa di Gnassi».

ma.spa.