

Arredo & design, l'Italia che piace

ANDREA D'AGOSTINO

Tra due anni spegnerà 60 candeline. Ma per le celebrazioni c'è ancora tempo. Il Salone del Mobile infatti guarda avanti, puntando sull'eccellenza del Made in Italy e creando partnership con altre metropoli nel mondo. Quest'anno il principale appuntamento internazionale dedicato al mondo dell'arredamento e del design, in corso nella fiera di Rho, si svolge fino a domenica 14 aprile. E per Milano, ormai, quella intorno alla metà di aprile è da tempo una settimana faticosa: parliamo di un evento che attira sempre più folle di visitatori, giunti da tutto il mondo sia per la manifestazione vera e propria che per i tanti eventi del Fuorisalone. Basta dare un'occhiata ai numeri per rendersi conto della portata: l'anno scorso si è toccato il record di 434mila visitatori in fiera; mezzo milione quelli in tutta la città, si è calcolato da ben 180 Paesi. Numeri imponenti anche per questa 58esima edizione: 205mila metri quadrati di superficie espositiva, oltre 2.350 gli espositori con un 34% di aziende estere presenti. Cinque le manifestazioni: il Salone principale, quello del Complemento d'arredo, le biennali di EuroLuce e Workplace 3.0 e il Salone Satellite per i giovani talenti, che vede protagonisti 550 designer. Per il settore arredamento/design è in-

somma la principale vetrina (a cui si sono aggiunte, in questi ultimi anni, edizioni estere come Mosca e Shanghai) dove presentare le ultime novità. A livello economico, però, le incertezze non mancano. Se il 2018 ha visto confermata la ripresa del settore, sul 2019 pesano le preoccupazioni per i rapporti con la Francia. Anche perché, come ammette il presidente di Federlegnoarredo, Emanuele Orsini, «la nostra quota di export è pari al 50%. Ci preoccupano i rapporti con la Francia, per noi il primo Paese di esportazione con 2,5 miliardi di euro». Secondo i dati da preconsuntivo di Federlegnoarredo, il settore ha registrato una produzione complessiva 2018 che si attesta a 42,6 miliardi di euro, in aumento dell'1,8% rispetto all'anno prima, con segnali positivi anche dal mercato interno. L'arredamento ha visto crescere il valore della produzione complessiva del 2% e le esportazioni dell'1,6% trainate soprattutto dagli Stati Uniti, diventati il secondo mercato in assoluto.

Risultati che appaiono ancora più rilevanti se li si confronta con gli anni neri della crisi (2008-2017), che hanno visto una forte contrazione di tutti gli indicatori, secondo una ricerca di Intesa Sanpaolo: riduzione del fatturato del 13,1%, delle imprese (-21,7%) e degli addetti (-29,2%). L'unico dato positivo è stato l'export, che è aumentato del 2,7%.

Un altro recente rapporto come il "Design economy" della fondazione Symbola rivela che a livello europeo l'Italia, con le sue 192.446 imprese del design, è di gran lunga dietro ai due principali Paesi produttori, Regno Unito e Germania: il nostro Paese è al terzo posto

con un fatturato di 3,8 miliardi di euro, quasi la metà rispetto al Regno Unito (6,2) e dietro anche la Germania (4,2). Un divario, spiega il rapporto, dovuto sia alla competizione degli altri Paesi - che hanno un sistema efficace di politiche di sostegno e di promozione - che all'eccessiva frammentazione delle aziende nostrane: quelle con meno di due addetti sono il 45%.

Anche per questo si capisce l'importanza di un accordo come quello siglato tra Federlegno e Intesa Sanpaolo, che mette a disposizione un miliardo di euro per supportare gli investimenti nei processi di innovazione e di economia circolare delle imprese, con al centro un modello di sviluppo sostenibile della filiera e, più in generale, del sistema-casa. Oltretutto le prospettive di crescita all'estero sono significative (soprattutto se parliamo dei mobili di alta gamma): entro il 2022, l'export italiano potrà aumentare di quasi 700 milioni di dollari. A patto però che l'Italia rafforzi la sua presenza su mercati strategici come Germania, Cina e Stati Uniti. Soprattutto la Cina è il vero mercato del futuro, e a confermarlo è Claudio Feltrin, presidente di Assarredo. «È un'economia in rapida evoluzione - spiega - ma soprattutto è attratta dai nostri prodotti, dimostrando una vicinanza di gusto che non ci aspettavamo. I cinesi oggi acquistano soprattutto mobili e imbottiti. E noi dobbiamo puntare sul "bello e ben fatto"; la bassa qualità lasciamola volentieri agli altri».

*Oltre 430mila
visitatori previsti
quest'anno
2.350 espositori
e 550 giovani
designer*



*Il settore, dopo gli
anni della crisi,
riparte grazie
all'export. La
Cina è il mercato
del futuro*

Gli appuntamenti del Salone del Mobile alla Fiera di Rho e della Milano Design Week: forme, tendenze e cultura attraverso le installazioni dedicate a Leonardo da Vinci

Un'esperienza globale nel segno dell'Ingegno

ALESSANDRA CATTANEI

Un'esperienza globale nel segno dell'ingegno. Ecco cosa dobbiamo aspettarci dall'edizione 2019 dal Salone internazionale del mobile, iniziato ieri e primo protagonista della Milano Design Week, la settimana del design che attira a Milano più di 400mila persone tra turisti, appassionati e curiosi.

Fino a domenica 14 aprile si potrà visitare la 58° edizione della manifestazione nel quartiere fieristico di Rho dalle 8.30 alle 19. Solo operatori del settore fino a venerdì 12, apertura per il pubblico di appassionati sabato 13 e domenica 14, ma sempre a pagamento (a partire da 25 euro) con biglietto acquistabile on line o presso le reception della fiera.

Imprenditori, giornalisti, collezionisti, intellettuali, critici, designer, architetti, creativi, cultori del bello, ma anche tanti studenti e persone comuni, si ritrovano ogni anno nella settimana del Salone in una città che li accoglie con una rete di opportunità. Sono infatti veramente tante le cose da

fare e da vedere al polo fieristico di Rho, dove si svolge la manifestazione, e in giro per Milano, dove si animano gli show room piccoli e grandi delle aziende del design, e si allestiscono con installazioni temporanee luoghi inconsueti e spesso normalmente inaccessibili.

In fiera, col biglietto di ingresso, si possono visitare il Salone del mobile con le sue proposte di arredi per la casa, suddivisi nelle tre categorie classico, design, X lux (dedicato al lusso); il Salone del complemento d'arredo, con complementi, tessuti e oggettistica; le biennali EuroLuce (30° edizione, sui sistemi di illuminazione) e Workplace 3.0, dedicata all'ufficio con una nuova modalità espositiva rinnovata, diffusa e trasversale lungo l'area fieristica. Aperto al pubblico per tutta la durata della fiera e con ingresso gratuito è invece Il Salone Satellite (22° edizione), dedicato ai creativi under 35. Novità di quest'anno, il nuovo percorso espositivo S.Project incentrato sui prodotti di design e sulle soluzioni decorative e tecniche del progetto d'interni.

Dedicate al genio di Leonardo da Vinci sono invece le due installazioni promosse dal Salone. DESIGNO, la cultura del design italiano prima e dopo Leonardo, uno show di immagini e musica per celebrare il lascito leonardesco alla cultura del progettare e del saper fare, in fiera al padiglione 24, nel periodo dell'esposizione, ma con orario 930-1830. AQUA, la visione di Leonardo, dedicata ai suoi studi sull'acqua, in città alla Conca dell'Incoronata in via San Marco, fino al 14 aprile dalle 10 alle 22.

Comunicazione

Per l'importanza del lavoro di agenzie, creativi e grafici che creano il sistema integrato della comunicazione e formano la grande community che si mobilita per una settimana e amplifica, con tutti gli strumenti di informazione, la storia del Salone.

Impresa

Per ricordare che dietro il successo del Salone c'è il lavoro costante di un sistema produttivo fatto di piccole imprese artigiane e di grandi aziende. Solo investendo tutto l'anno in innovazione di prodotto e di processo si possono raggiungere risultati competitivi e mostrare l'eccellenza di questo settore e del suo tessuto creativo e produttivo.

IL MANIFESTO

Salone del mobile 2019 nel segno dell'ingegno. Questa infatti la nuova parola chiave che completa il Manifesto - documento redatto nell'edizione scorsa - e va ad aggiungersi ai concetti già delineati di: Impresa, Qualità, Progetto, Sistema, Giovani, Comunicazione, Cultura, e Milano al centro. Nove parole chiave per spiegare quali sono i punti di forza e gli elementi di interconnessione dell'evento con la città. Perché il Salone internazionale del mobile è un sistema di connessioni, creatività e innovazione che stanno dietro la facciata e che contribuiscono a fare di questa manifestazione un grande progetto di eccellenza per Milano e per l'Italia nel mondo.

Ingegno

Perché è un capitale prezioso che cresce e si sviluppa in un contesto pronto a recepire gli stimoli. Perché è un invito a guardare avanti a non accontentarsi, a pensare che ogni cosa può sempre essere reinventata e riscoperta con occhi nuovi che guardano al futuro. E perché rende omaggio al genio multiforme di Leonardo da Vinci, nel cinquecentenario della sua morte, per la sua capacità di dialogare con i grandi mecenati del tempo lasciando a Milano gli esiti più alti della sua ricerca.

Qualità

Perché è importante che si ragioni finalmente in termini di qualità sostenibile. Perché fare design oggi significa pensare al domani. Sostenibilità in relazione ai materiali utilizzati ma anche ai processi produttivi adottati, mantenendo standard di qualità certificati e riconosciuti e, pensando a un prodotto che duri nel tempo ma che possa anche essere riutilizzato e condiviso.

Sistema

Perché dietro al successo di questa manifestazione c'è anche un sistema di rete tra comunicazione, industria e creatività che consente di creare connessioni uniche in un unico spazio e in un unico momento condividendo idee, bisogni, esperienze. Facendo rete, le rispettive competenze, peculiarità e capacità si rafforzano a vicenda.

Progetto

Perché per molti progettisti riconosciuti a livello internazionale, il Salone è stato trampolino di lancio o di affermazione del loro lavoro. Ad essi è rivolto l'invito a pensare al futuro con un nuovo modo di fare progetto incentrato sempre più sui bisogni delle persone, e con l'obiettivo di rendere le città sempre più belle ed accoglienti.

Milano al centro

Perché non esiste Milano senza Salone e non ci può essere un Salone del mobile senza Milano, la città con cui molte metropoli del mondo si confrontano. Una metropoli internazionale che oggi comprende diverse dimensioni e tanti modi di essere, proiettata e aperta come è, con il suo dinamismo verso il mondo. Milano oggi è davvero lo spazio in cui le cose prendono forma e si comunicano: a "place to become" come recita il claim del Comune.

Cultura

Perché il Salone del mobile è anche un'occasione in cui diverse forme di espressione e linguaggi diversi si incontrano e si contaminano dando vita a eventi e rappresentazioni di altissimo livello. La storia si fonde con il contemporaneo, il patrimonio culturale e artistico ispira la creatività del domani.

Giovani

Perché grande spazio viene dato ai giovani creativi di tutto il mondo con i loro prototipi e le loro idee. E le aziende trovano spesso in loro linfa vitale per rinnovare la propria offerta commerciale.