

Rassegna del 28/04/2009

GIORNALE - Quando il design diventa grande nasce il "contract" - Verlicchi Laura	1
SOLE 24 ORE - La rivincita del mobile al Salone - Jucker Cristina - Crivelli Giulia	2
LIBERO QUOTIDIANO - Salone del Mobile - Trecentomila visitatori contro la crisi - Giorgiutti Alessandro	3
LIBERO QUOTIDIANO - Salone del Mobile - Intervista a Matteo Galimberti - Un 2008 in crescita per Flexform. "Il nostro segreto? Un lusso sobrio" - ...	4

Laura Verlicchi

Quando il design diventa grande nasce il «contract»

Mobile e casa non sono più necessariamente sinonimi. Nel settore arredo il peso del *contract* - gli allestimenti per gli spazi pubblici, dagli hotel alle navi da crociera, passando per i musei e i teatri - è sempre maggiore. **Allesti per arredare** «Prima il contract era per noi un corollario, adesso è il 20% del fatturato e continua a crescere - dice Carola Bestetti, responsabile marketing e comunicazione, nonché figlia del fondatore, di Living Divani, 10,2 milioni di fatturato nel 2008-. Per questo abbiamo diversificato la produzione: ad esempio il tavolo «Wedge» di Arik Levy si adatta alla cena come al meeting di lavoro. Ma agli uffici preferiamo arredare ambienti più rilassati, dal ristorante alla lounge, come quella di Federlegno-Arredo qui al Salone. E per l'esclusiva clientela straniera sono pensati gli show-room By, frutto dell'alleanza commerciale Boffi-Living-Parro, per proporre arredamenti a 360 gradi».

Il design mette le ali Il contract è una «straordinaria opportunità», dice Dario Riniero, da poco più di un mese ad di Poltrona Frau, il polo del design italiano: e cita orgoglioso la gara appena vinta per la prima classe delle aerolinee di Singapore. «È il settore in cui continuiamo a crescere in modo più significativo - continua - ed è uno dei quattro punti su cui impostiamo la nostra strategia, insieme alla centralità del prodotto, l'impegno nella distribuzione retail, soprattutto in Asia, America Latina, Estremo Oriente e Emirati Arabi, e infine le sinergie di gruppo». Poltrona Frau, Cassina, Cappellini, Alias, Thonet e Gufram sono marchi che non hanno bisogno di presentazione. Oltre alle tecnologie avanzate e al design che affianca nomi d'avanguardia ai grandi classici del passato, come la poltrona Tre Pezzi di Franco Albini rieditata da Cassina, è fondamentale la ricerca sui materiali, che ha portato a risultati d'eccezione come la nuova pelle Frau.



Design. La manifestazione milanese si è chiusa con oltre 304mila visitatori, in calo sul 2008 ma non c'è Eurocucine

La rivincita del mobile al Salone

Operatori soddisfatti: molti ordini già siglati con clienti di tutto il mondo

I NUMERI DELLA MANIFESTAZIONE



304mila

Visitatori dell'edizione 2009

L'affluenza non ha battuto il record stabilito nel 2008 (348mila) ma è stata superiore a quella del 2007 (270mila), anche di confronto più omogeneo. Negli anni dispari infatti al Salone del mobile si affianca EuroLuce, in quelli pari si aggiungono invece Eurocucine e il Salone dell'ufficio, che attraggono un numero maggiore di visitatori

500mila

Obiettivo per i prossimi anni

Rosario Messina, presidente di Federlegno Arredo, spera che il trend di crescita continui, anche come "prova generale" per l'Expo 2015. Giovedì, insieme ai vertici di Cosmit e agli architetti Ferruccio Laviani e Cinzia Ferrara, Messina si recherà a l'Aquila. Il premier Berlusconi ha proposto che la sede del G8 sia progettata e arredata dalle eccellenze del made in Italy

monomarca o multimarca nostri partner». Una conferma viene da Piero Gandini, alla guida di Flos e presidente di Assoluce: «In un momento come questo, l'ultima cosa che ci saremmo aspettati è la disponibilità da parte del canale retail a investire nei negozi, nella presentazione dei prodotti. Invece è successo proprio questo. Quanto all'affluenza, non ci sono stati i temuti crolli dagli Stati Uniti: magari anziché cinque persone un cliente ne manda tre, che si fermano a Milano due giorni invece di quattro. Ma nessuno rinuncia a vedere il Salone del mobile».

Carlo Molteni, amministratore delegato dell'omonimo gruppo che produce mobili e cucine (Dada), è convinto che l'entusiasmo, anche inaspettato, dei clienti sia legato alle novità e alle innovazioni presentate. «Hanno capito che abbiamo reagito alla crisi in modo positivo - dice -. Abbiamo raccolto molti impegni d'acquisto, anche dall'estero, perfino da Paesi dell'est Europa. L'unica macchia nera per noi è il Giappone. Ormai questo Salone sotterra tutti gli altri esistenti, Colonia e Parigi compresi». «Quello che ci ha colpiti di più è che la crisi economica non ha tolto agli operatori la curiosità, la

voglia di sperimentare nuovi prodotti» spiega Massimiliano Messina di Flou, che quest'anno, per la prima volta, ha presentato, accanto ai letti, un sistema di armadi. «Abbiamo scritto molti più ordini dello scorso anno. Certo, avevamo una gamma di prodotti più ampia - aggiunge - ma il segnale positivo è anche la presenza di compratori da Paesi come Iran e Iraq, dall'America del sud e dall'India».

Sollevato anche Maurizio Mazzucchelli di B&B Italia: «Mercoledì avevamo molti punti di domanda, ora sono diventati punti esclamativi: la vecchia Europa tiene e i mercati emergenti non hanno disertato il Salone. Così contiamo di chiudere il 2009 con la stessa crescita del 2008». Anche Roberto Moroso, dell'omonima azienda festeggia:

«Siamo ai brindisi. Ho visto clienti che, arrivati titubanti, timorosi che la crisi avesse spento le velleità innovative, sono usciti decisamente soddisfatti e in molti ci hanno chiesto di creare partnership con loro, di fare progetti a lungo termine, non solo di comprare qualche oggetto». Un'entusiasmo che ha contagiato anche il SaloneSatellite, dove molti giovani designer hanno trovato imprenditori disposti a produrre i loro prototipi.

PROSSIME EDIZIONI

Annunciata la costituzione di un tavolo con Comune e Fiera per migliorare le sinergie. Il Cosmit pronto a collaborare per il G8

Giulia Crivelli
Cristina Jucker
MILANO

Il Salone del mobile edizione 2009 è stata la fiera delle sorprese: alla vigilia, in pochi avrebbero scommesso sull'ennesimo record di affluenza e, soprattutto, sul buon andamento degli ordini. Invece è andata proprio così: da mercoledì 22 a ieri, ultimo giorno di apertura del Salone, gli ingressi registrati al polo fieristico di Rho-Però sono stati 304.702. In forte crescita se confrontati con i 270mila visitatori

dell'edizione 2007 (negli anni dispari, come questo, il Salone del mobile ospita EuroLuce, in quelli pari Eurocucine e il Salone dell'ufficio, che l'anno scorso stabilirono il record assoluto di 348mila visitatori).

I conti definitivi, negli uffici commerciali delle aziende, si faranno nei prossimi giorni, ma tra gli stand già prevale l'ottimismo. «È stato il Salone della concretezza: poche chiacchiere e molti affari. L'80% dei clienti che sono arrivati qui si sono seduti al tavolo, hanno esaminato i nuovi prodotti e il catalogo e poi hanno ordinato - spiega Claudio Luti, presidente di Kartell -. Ma la cosa che ci ha stupito di più è stata l'attenzione all'allestimento dello stand, che stiamo pensando di replicare in alcuni grandi negozi

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Salone del Mobile

Presentato il piano per arredare il G8

Trecentomila visitatori contro la crisi

Chiude il salone: record di pubblico e di espositori, 145 i paesi stranieri intervenuti

■■■ Silvio Berlusconi s'è fatto perdonare. Al Salone del mobile, organizzatori ed espositori avevano storto il naso quando il premier, in Abruzzo, aveva invitato i terremotati a comprare nuovi mobili da Ikea. Ma con la visita a sorpresa di domenica, è tutto acqua passata. Dopo una passeggiata di tre ore fra gli stand della fiera, Berlusconi ha infatti lanciato la proposta ad effetto: il made in Italy arredi le sale e le stanze che ospiteranno i grandi della terra al prossimo vertice G8 dell'Aquila. Detto fatto. Ieri, nel corso della conferenza stampa conclusiva del Salone 2009, il presidente del Cosmit (il comitato che organizza l'esposizione) Carlo Guglielmi e quello di Federlegno, Rosario Messina, hanno annunciato che il 30 aprile saranno nel capoluogo abruzzese insieme con due architetti, Ferruccio Laviani e Cinzia Ferrari. Accompagnati dal segretario alla Protezione civile, Guido Bertolaso, visioneranno la caserma della Guardia di Finanza che accoglierà il summit.

«Abbiamo solo due mesi di tempo, perciò dobbiamo muoverci immediatamente», ha detto Messina. L'occasione, ha continuato, permetterà di mettere i prodotti dell'eccellenza italiana sotto gli occhi del mondo. Ma l'Abruzzo non è solo vetrina, è anche solidarietà. Due architetti di fama mondiale, Mario Cucinella e Shigeru Ban, hanno offerto gratuitamente alcuni loro progetti per la ricostruzione post sisma. L'italiano ha proposto la costruzione del Teatro Stabile dell'Aquila: un ritorno alla tradizione dei teatri in legno, e anche un richiamo turistico per l'Abruzzo della rinascita. Il giapponese ha invece offerto i suoi progetti per la realizzazione di case temporanee in legno.

L'umore al Salone è buono, anche perché il numero dei visitatori è stato superiore alle previsioni. «Il confronto

va fatto col 2007», spiega l'amministratore delegato di Cosmit, Mario Armellini, «perché nel 2008 c'era la biennale Eurocucina, che tradizionalmente attira più visitatori della biennale EuroLuce che si tiene negli anni dispari». Ebbene, dalle 270.000 visite di due anni fa si è passati alle oltre 300.000 visite di quest'anno. Dei visitatori, il 56 per cento (dati risalenti a sabato sera) proveniva da 145 Paesi stranieri. Ieri è stata annunciata anche la costituzione di un tavolo permanente tra Comune di Milano, Cosmit, Triennale (che ha registrato una buona affluenza alla mostra "Magnificenza e progetto", legata al Salone), Piccolo Teatro e Adi (Associazione per il disegno industriale). Un modo per coordinare meglio le iniziative legate alla settimana del design ma non solo. «Con la nostra regia», ha spiegato l'assessore alle Attività produttive, Giovanni Terzi, «affronteremo insieme temi d'interesse comune come l'organizzazione di eventi culturali o la questione dei prezzi degli alberghi».

Già, gli alberghi. Uno dei nei della manifestazione. Ieri Rosario Messina ha voluto togliersi qualche sassolino dalla scarpa: «Non solo le tariffe elevate, ho saputo che molti albergatori chiedevano la permanenza per 4-5 giorni come condizione per affittare le camere. Un atteggiamento inammissibile. Mi dicono che alcuni hotel sono rimasti col 10-15 per cento di camere invendute. Devo dire che non mi dispiace affatto». Ma Messina non ce l'aveva solo con gli albergatori: «Un ringraziamento anche alle banche, che non versano un centesimo alle nostre industrie e che anzi rendono inutile il ribasso dei tassi d'interesse a livello europeo, alzando i margini praticati alle piccole aziende. Verrebbe proprio da parlare di cartello...».





Salone del Mobile

L'intervista

Un 2008 in crescita per Flexform «Il nostro segreto? Un lusso sobrio»

■■■ «Quanto abbiamo sofferto nel 2008? Veramente noi nel 2008 siamo cresciuti. Con un tasso percentuale a doppia cifra, per di più». La crisi è un lusso che non ci possiamo permettere, verrebbe da chiosare. Matteo Galimberti è infatti il responsabile comunicazione e marketing della Flexform, azienda di Meda specializzata in arredi di lusso. L'impresa è a gestione familiare. Nacque negli anni '20 una piccola bottega artigiana aperta con 15.000 lire dell'epoca dai fratelli Galimberti. Oggi, la nuova generazione offre ai nuovi ricchi delle economie emergenti prodotti che abbinano l'alta qualità alla comodità. Al Salone del mobile Flexform ha presentato il nuovo divano firmato da Antonio Citterio.

Il lusso non conosce la recessione?

«Naturalmente parlo per noi. Posso dire che un rallentamento c'è stato, tra settembre e ottobre dello scorso anno. Ma non ci ha impedito di chiudere il 2008 con una crescita a doppia cifra. Anche il 2009 è partito un po' col freno a mano tirato. Ma già da metà febbraio gli ordini sono ripartiti. Che posso dire? La strada che abbiamo percorso finora ci ha premiati. Abbiamo puntato su prodotti di lusso destinati a una clientela alta. Non siamo intenzionati a fare passi indietro».

Lusso e sobrietà. Sembra un ossimoro, ma molti designer lo vanno predicando. La convince?

«Beh, noi qui in fiera abbiamo presentato un divano disegnato da Antonio Citterio. Il materiale usato è estremamente lussuoso, ma le linee sono essenziali. Lusso ed eleganza vanno bene insieme».

A proposito del Salone. Il primo bilancio sembra positivo. I dati sull'affluenza di visitatori hanno superato le previsioni, che non erano ottimistiche.

«Confermo. Con, per noi, la sorpresa positiva di nuovi contatti con visitatori provenienti da India e Emirati Arabi».

Solo contatti o anche contratti?

«Io sono pienamente d'accordo con le parole del presidente del Cosmit Carlo Guglielmi: in fiera bisogna venire per vendere, firmare ordini. È chiaro però che in molti casi il Salone offre la possibilità di un primo contatto con i potenziali clienti, che si concretizzerà poi nella firma di un'ordinazione nel giro di una ventina di giorni. Con una eccezione: i visitatori che arrivano dai Paesi asiatici o arabi. Spesso, per loro, la fiera è l'occasione per concludere direttamente l'accordo».

Quali sono i mercati dove siete più forti?

«Premesso che noi realizziamo il 70-75 per cento del nostro fatturato con le vendite all'estero, siamo forti sul mercato europeo. Anche il mercato americano sta crescendo parecchio. E, come le dicevo, ora stiamo guardando con attenzione alle prospettive di India e Emirati».

Le vendite in Italia come vanno?

«Anche il mercato italiano ci dà soddisfazione. Vorrei spendere una parola positiva a favore del bonus governativo sull'acquisto di arredi. Certo, premetto che una misura simile inciderà forse solo sul 30 per cento della nostra clientela, che, lo ripeto, appartiene a una fascia alta. Però, ritengo che l'intervento sia stato sottovalutato. A mio avviso, ha portato ottimismo nel Paese».

