

Il design mantiene lo smalto

STILE

Il settore ha resistito e il suo export è addirittura aumentato. Il segreto? Aziende creative, piccole e flessibili. Ma in futuro il bello dovrà essere più accessibile.

«**N**on vogliamo piangere, ma credo che gli incentivi siano un'ottima leva psicologica per rilanciare i consumi anche nel design». Rosario Messina, leader della Federlegno nonché presidente e amministratore delegato della Flou, 42 milioni di fatturato nel 2008, lo dice naturalmente con stile. Sa bene che il settore ha cavalcato la crisi meglio della moda e che fra i distretti dell'arredo quello brianzolo è l'unico ad avere chiuso il 2008 con un lieve aumento dell'export. Ma si tratta di sostenere un settore che si è meritato un museo alla Triennale di Milano e che, come la Torre Eiffel con l'antiruggine, in momenti di difficoltà «ha bisogno di ritrovare il suo smalto».

Pietre miliari come la poltrona Sacco di Zanotta, gli arredi di Minotti, le sedute che Cassina realizzò su disegno di Le Corbusier, le lampade di Flos e la Tolomeo di Artemide sono le fonda-

ta su cui l'Italia ha costruito un'industria che oggi vale quasi 4 miliardi e mezzo di fatturato, ovvero il 15 per cento del volume di affari del settore dell'arredo, concentrato per poco meno di un terzo in Lombardia. «Ci protegge lo stile» dice Messina «quello che ha fatto del Salone internazionale del mobile di Milano la prima fiera mondiale del settore».

Lo stile è però frutto di ricerca e inve-

Ernesto Gismondi,
presidente di Artemide:
7% dei ricavi in ricerca.

stimenti costanti. E anche l'innovazione ha i suoi costi. Ernesto Gismondi, presidente e fondatore del Gruppo Artemide (127 milioni di fatturato e 700 dipendenti), destina da sempre alla ricerca e sviluppo il 7 per cento del suo fatturato e quest'anno punta sull'ecosostenibilità. «Con la lampada Tolomeo abbiamo fatto storia» racconta «e adesso pensiamo a fare la storia della nostra terra, preferendo ma- >



ALBERTO BERNASCONI

> teriali riciclabili e led a basso consumo: ne stiamo sviluppando alcuni a base di silicio nati all'interno del centro di ricerche Fiat e in un secondo tempo adattati all'arredo. Si tratta di un progetto di ricerca che abbiamo portato avanti nell'ambito del programma Industria 2015 insieme con altre piccole aziende, e che inaugura con successo la collaborazione attiva fra imprese cui ambisce il nuovo metadistretto industriale regionale».

Fra i metadistretti produttivi varati dalla Regione Lombardia, quello del design si sviluppa su 65 comuni toccando sei province. Nel complesso dà lavoro a 44.958 persone e coinvolge ben 11 centri di ricerca. «Vero è che in Lombardia i centri di ricerca non mancano, ma finalmente si cerca di sfruttarne al meglio tutte le potenzialità» sottolinea Stefano Ferro, amministratore delegato della B&B Italia. «Noi per esempio intensiamo rapporti un po' in tutte le direzioni e con il Politecnico di Milano stiamo studiando molto i nuovi materiali. D'altronde io stesso provengo dal mondo della tecnologia Fiat e l'idea vincente del design è proprio questa: miscelare novità, creatività e innovazione tecnologica a 360 gradi».

Nel 2008 la B&B ha registrato la crescita più alta fra le aziende del settore, raggiungendo i 210 milioni di fatturato. E 230 milioni è il risultato della Molteni, azienda che si distingue sul mercato con marchi come Dada (cucine), Citterio e Unifor (mobili per ufficio). «La Brianza è il cuore del design, ma non solo» sottolinea il presidente e amministratore de-

Alberto Alessi,
titolare
dell'Alessi.



«Dal 2010
 presenteremo
 non due
 ma tre
 collezioni.
 Il settore
 vince se resta
 made in Italy».

legato Carlo Molteni. «La sua forza sta anche nelle dimensioni medio-piccole delle sue aziende, che le rendono più flessibili e adattabili alle esigenze del mercato». E se in tempo di crisi bisognava tenere duro per mantenere alta la credibilità dell'innovazione, adesso pare il momento del rilancio. «Qualche segnale di ripresa si avverte, abbiamo appena siglato una commessa in Canada per l'arredo del nuovo palazzo di Vancouver disegnato da Norman Foster» annuncia Molteni.

Chi sul rilancio ha scommesso con >



Rosario Messina, presidente e amministratore delegato della Flou spa.

importante lo dimostra la storia della Cassina (oggi gruppo Frau), l'azienda di Meda detentrica a livello mondiale dei diritti di Le Corbusier e chiamata a esporre il divano Maralunga di Vico Magistretti all'Ara Pacis di Roma in occasione della mostra *Disegno e design-Brevetti e creatività italiani*. Per non

parlare della Zanotta, che da cinquant'anni perpetua il successo della poltrona sacco. «Tra i distretti italiani del mobile quello brianzolo è il solo che nel 2008 ha registrato un saldo positivo dell'export ed è anche quello che nel primo semestre dell'anno ha contenuto meglio le perdite» sottolinea l'amministratore delegato Martino Zanotta. «È la vittoria del design certo, ma anche e soprattutto della qualità dei prodotti, nati per resistere non soltanto alle mode ma anche all'usura del tempo».

Il distretto del mobile lombardo annovera anche nomi come Chateau d'Ax, Rimadesio e Poliform, che ha costruito il suo successo attorno allo slogan «alto design e basso budget». «Da questa crisi usciremo certamente, ma ci troveremo di fronte un mondo diverso» prevede l'amministratore delegato Giovanni Anzani. «Gli spazi per il lusso ci saranno ancora, ma molto ridotti rispetto al passato. Noi continuiamo a inseguire il concetto di bellezza grazie a designer come Marcel Wanders, Paola Navone, Roberto Barbieri e Carlo Colombo, ma quella del basso prezzo dovrà diventare la filosofia fondante di tutti i business». (A.B.)

> fiducia è la Alessi, azienda di casalinghi e posate passata alla storia con i bollitori di design e lo spremiagrumi ragno disegnato da Philippe Starck. «Quest'anno abbiamo presentato le canoniche due collezioni, ma i progetti per nuovi prototipi finanziati sono passati da 60 a 90 e nel 2010 le collezioni diventeranno tre» racconta Alberto Alessi, presidente e amministratore delegato dell'azienda di Verbania, 100 milioni di fatturato nel 2008. «Questa crisi ha toccato tutti i segmenti del mercato, alti e bassi, ma la qualità paga sempre e il design regge perché ha sempre seguito la filosofia del made in Italy vero, senza incursioni produttive in terra straniera».

Peccato però che ogni anno ci sia da lottare contro la contraffazione. «La nuo-

va legge europea a tutela dei brevetti non funziona perché non si è formata ancora una giurisprudenza consolidata» continua Alessi. «Le battaglie legali costano molto alle aziende e ci aspettiamo che questo sia uno dei problemi che si possa portare avanti tutti insieme all'interno del metadistretto». Quanto questo sia

«Gli incentivi sarebbero una buona leva per rilanciare il design».