



# 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».

