

DIVERSIFICAZIONE, RICERCA, VENDITA DI «KNOW HOW»

Il regno del mobile dialoga con il mondo

Duemilacinquecento aziende, giro di affari di 2 miliardi e 300 milioni di euro con oltre la metà della produzione per l'export. Ma l'internazionalizzazione rende più delicata la crisi attuale

di Corinna De Cesare

Duecentocinquantotto chilometri quadrati con la più elevata concentrazione del Paese di imprese attive nell'industria del legno e della fabbricazione di mobili. Il distretto di Monza e Brianza, uno dei più antichi d'Italia, gestisce da oltre due secoli tutto il processo produttivo della lavorazione del mobile: dall'intaglio del legno alla lucidatura, dalla doratura dei materiali fino all'imbottitura e all'assemblaggio. Per un totale di 2.489 imprese, sette ogni chilometro quadrato, con un giro d'affari stimato in più di due miliardi e trecento milioni di euro (fonte: Camera di Commercio Monza e Brianza). È il primo distretto dell'arredo italiano ed esporta il suo «know how» anche oltreoceano, in particolare in centro e sud America, per un valore che nei soli primi sei mesi del 2009 ha totalizzato oltre un milione di euro. «In Brianza c'è ricerca, innovazione, formazione, design — spiega Alberto Bramanti, professore di economia applicata all'Università Bocconi — ed è per questo motivo che questa zona continua a mantenere una certa competitività». Nonostante la crisi. Come dimostrano i dati dell'Osservatorio nazionale dei distretti italiani sulla base di un'analisi realizzata dal Servizio Studi e Ricerche di Intesa San Paolo: secondo un campione di 557 imprese del territorio, nel 2008 il fatturato delle aziende del distretto del mobile della Brianza è sceso di due punti percentuali mentre sono cresciuti i margini operativi lordi (+7,1% sul fatturato), la redditività industriale (ROI, +7,5%) e quella complessiva (ROE +3,6%). Ma, ci tengono a precisare dall'osservatorio, l'analisi economica va valutata con molta cautela a causa di un decreto legge che ha consentito alle imprese di rivalutare alcune tipologie di immobilizzazioni, provocando degli «aumenti contabili». Indiscutibile è però il valore del made in Brianza, a partire dai mobili di design fino ad arrivare alle camere da letto, all'arredo biomedicale e per nautica da diporto.

«La ricchezza del territorio sta proprio in questo — precisa Bramanti —. I produttori con il passare del tempo hanno diversificato l'offerta, soddisfacendo le

esigenze di diversi settori. Qui si trova più della metà dei grandi nomi del mobile e qui viene coperto tutto il ciclo produttivo dell'arredo, dalle vernici ai collanti fino ai materiali più particolari». Per questo la Brianza è nota come l'Università del mobile, un'università fortemente riconosciuta anche al di là dei confini del Vecchio Continente. Marcata è infatti la propensione internazionale del distretto brianzolo: il design lombardo viene esportato in tutto il mondo e Monza e Brianza è la quarta provincia della Regione Lombardia per entità di interscambio. Ma se in passato le grandi imprese del mobile hanno saputo affrontare lo stallo del mercato italiano puntando molto sull'internazionalizzazione, ora questa propensione potrebbe trasformarsi in un boomerang. Ad essere più penalizzati dall'impatto della crisi sono infatti i Paesi clienti più tradizionali dell'arredamento italiano, come Francia (-12,0%), Germania (-10,1%), Regno Unito (-39,8%) e Stati Uniti (-34,9%). Non solo. Nel 2009 anche i Paesi che negli scorsi anni avevano sostenuto la crescita dell'export italiano hanno invertito il trend in modo brusco. È il caso della Russia (-33,0%), gli Emirati Arabi Uniti (-33,8%) ma anche Spagna (-36,8%) e Grecia (-18,9%).

«Più del 50% della produzione del distretto è rivolta all'estero — conferma Giovanni Anzani, presidente di Assarredo — e questo terremoto finanziario, in particolare nelle zone in cui le aziende italiane sono più esposte, di certo non aiuta. Il sistema arredo del nostro Paese nel 2009 ha subito una perdita del 22% del fatturato, ma ci sono segnali importanti di ripresa. In questo contesto la Brianza assume un ruolo fondamentale: da queste parti arrivano i migliori architetti del mondo e la ripresa nazionale può partire anche da qui».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Anzani di Assarredo: «Nel 2009 una perdita del 22% del fatturato, ma ci sono segnali importanti di ripresa»

