



**SETTE GIORNI IN MOSTRA**  
Il 48° Salone internazionale del mobile, che si tiene a Milano dal 22 al 27 aprile, quest'anno ha attirato 2.723 espositori. E 911 sono quelli stranieri.

FOTOGRAFIA (2)

# LA RIPRESA È MOBILE

**ARREDAMENTO & CRISI** Nel 2008 il settore ha perso il 5,4% del giro d'affari. Ora, dopo un anno di passione, punta tutto sul 2010. E su questa edizione del Salone milanese. di Barbara Gabrielli

■ Sotto le macerie della crisi globale, il mobile made in Italy è vivo. Magari non sta benissimo, dato che il 2008 si è chiuso con un fatturato di 23 miliardi, in calo del 5,4%, ma tra gli imprenditori dell'arredamento la ripresa del settore ha già una data: 2010. Tra di loro, infatti, ser-

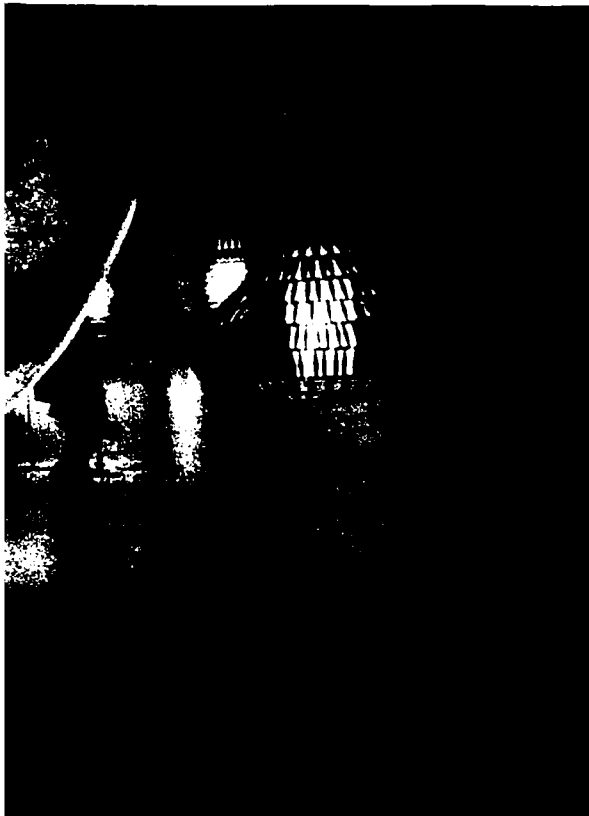
peggia un timido ottimismo, spinto dal rimbalzo degli ordinativi di marzo, anche se sono preparati ad affrontare ancora un anno in salita. E restano col fiato sospeso, almeno fino al 22 aprile, data d'apertura del 48° Salone internazionale del mobile, che terminerà lunedì 27.

Solo a quel punto si tireranno le somme, si conteranno i visitatori, si valuteranno i risultati degli sforzi fatti per portare le nuove collezioni sotto i riflettori della kermesse milanese che, mai come quest'anno, rappresenta un appuntamento cruciale per i 2 mila espositori italiani. Sul quale sono in tanti a scommettere. «Abbiamo investito 300 mila euro in due stampi per le nostre nuove sedute in plastica» dice a *Economy* Giusi Diplotti, socia e responsabile del marketing di Domitalia (30 milioni di euro di giro d'affari) a San Giovanni al Natisone, in pieno «triangolo» udinese della sedia, dove la crisi è iniziata da tempo. «È ovvio, nell'ultimo anno abbiamo perso clienti, ma non potevamo smettere di puntare su

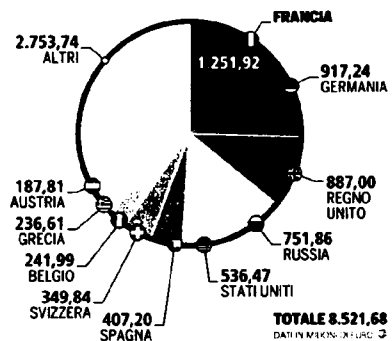
Design e luce in Fiera

Al 48° Salone internazionale del mobile i 2.723 espositori coprono uno spazio espositivo di 202.305 metri quadrati. Ma per fare fronte alle richieste ne sarebbero serviti 30 mila in più. Oltre al Salone del mobile si tiene anche EuroLuce, il salone dell'illuminazione.

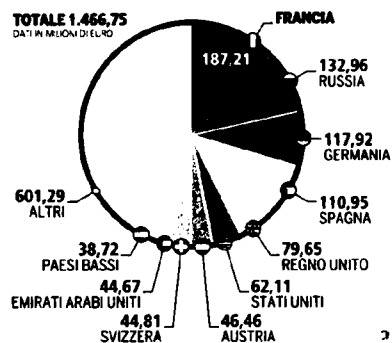




**FRANCESI A CACCIA DI MOBILI ITALIANI...**  
**I primi dieci Paesi per esportazione dei mobili italiani tra gennaio e novembre 2008: in prima posizione c'è il mercato francese, seguito da quello tedesco, inglese e russo.**



**...E I RUSSI AMANO LE NOSTRE LAMPADE**  
**LE NOSTRE LAMPADE**  
**I primi dieci mercati di sbocco per gli apparecchi d'illuminazione italiani tra gennaio e novembre 2008: in testa c'è sempre la Francia, seguita però da Russia, Germania e Spagna.**



innovazione e marketing».

E c'è chi per il Salone ha deciso di affidarsi a un nuovo designer. Come il gruppo padovano **Smania**, 21 milioni di fatturato 2008, per il 70% realizzato all'estero, che presenta **Alessandro La Spada**, il direttore creativo che svilupperà l'immagine futura dell'azienda. «Il passaggio al Salone fornirà indicazioni importanti sulla strada da intraprendere» sottolinea **Giovanni Gallizio**, presidente dell'azienda. «Intanto, però, abbiamo snellito i tempi di consegna e fidelizzato i nostri clienti».

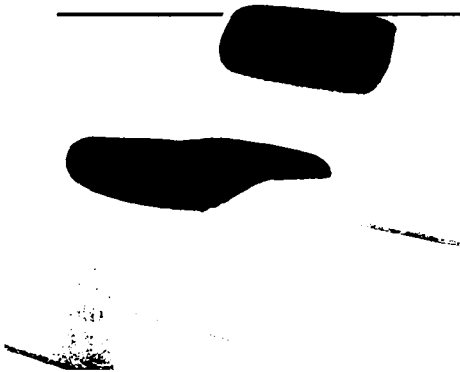
Passato e futuro convivono nello stand di **Kartell**: l'azienda, che ha appena com-

piuto 60 anni, ha deciso di presentare, oltre alle nuove collezioni, anche i prodotti già in catalogo. «Non dobbiamo dimenticare la nostra storia per pensare al presente» riflette **Claudio Luti**, presidente dell'azienda di mobili, che nel 2008 ha fatturato 125 milioni di euro. «La partecipazione al Salone rimane fondamentale, ma in un momento in cui non è più così facile vendere, occorre diventare più bravi a commercializzare».

Tante strategie, un solo obiettivo: tenere duro. «Solo dopo il Salone potremo fare previsioni più concrete sull'effettiva ripresa» sostiene **Rosario Messina**, presi-

dente di **Federlegno**. «Per il momento dobbiamo registrare che il comparto del mobile ha perso tutto l'incremento che aveva conquistato nel 2007».

L'intera filiera del legno-arredamento ha addirittura ridotto il proprio giro d'affari del 5,6% e le peggiori performance sono state quelle degli imbottiti (-8,6%), dei soggiorni in legno (-3%) e delle sedute (-4,7%). Eppure, il settore rimane il secondo dell'industria manifatturiera italiana per numero d'impresе (75 mila) e per addetti (408 mila). A preoccupare è soprattutto l'export, che vale oltre il 50% del fatturato: nel 2008, infatti, le esporta- ▶



## Zanotta si riorganizza e investe in ricerca

Otto nuovi prodotti, tra cui un tavolo realizzato in **Cristalplant**, il più innovativo dei materiali applicati all'arredamento, e un tuffo nel passato con l'esposizione di un «Guscio», una sorta di bungalow di lusso creato negli anni Settanta e ormai fuori produzione. **Zanotta**, azienda storica di **Nova Milanese**, affronta così il Salone del mobile. Archiviato il 2008 con 27 milioni di fatturato, il 2009 non ha avuto un inizio brillante. «A gennaio e febbraio gli ordini sono calati del 15%» dice il presidente **Martino Zanotta**. Rallentano le performance in Russia, Giappone e Stati Uniti, tengono quelle in Francia e Spagna. Ma la strategia non cambia. «Continuamo a investire in ricerca, comunicazione e distribuzione» dice **Zanotta** «e stiamo rivedendo la struttura organizzativa in vista della ripresa della prima metà del 2010».



## Con Profilati, la finestra d'alluminio diventa su misura

Dopo 25 anni nel settore dell'estrusione e della lavorazione dell'alluminio, era giunto il momento di fare il salto di qualità. Così Profilati, il gruppo di Fossatone di Medicina (Bologna), ha deciso di mettere la sua esperienza tecnologica al servizio del design e dell'arredamento. Il risultato sono

gli infissi Eku: un sistema innovativo che usa l'alluminio a taglio termico per la realizzazione di finestre e portefinestre su misura. Un prodotto in linea con una delle principali tendenze del Salone: il rispetto dell'ambiente e il risparmio energetico. Con 58,7 milioni di euro e 175 dipendenti, l'azienda

bolognese affronta la crisi di questo periodo con due leve strategiche: un management sensibile alla domanda del mercato e la ricerca e la messa a punto nella cosiddetta «officina pilota», che costruisce i prototipi, effettua le prove di funzionalità e prepara i prodotti campione dell'azienda.

► zioni sono scese dell'1,3%. Alcuni mercati sono rimasti molto positivi, come Russia (il 17,5% in più) ed Emirati Arabi Uniti (+37,7%), mentre Francia (+0,5%), Grecia (+4,5%) e Austria (+0,8%) hanno contenuto gli effetti negativi.

Diversa, invece, la situazione nel Regno Unito (-12,8%) e negli Stati Uniti (-21,7%), e nei Paesi in cui la recessione ha avuto un impatto significativo su consumi e mercato immobiliare come Ger-

mania (-4,5%) e Spagna (-13,7%). «Eppure ci sono aree del mondo che stanno cercando l'eccellenza italiana» dice Roberto Moroso, presidente di Assoarredo e vicepresidente dell'omonima azienda friulana, «come il Mediterraneo e il Far East, dove cresce una classe sociale facoltosa e più attenta alla qualità e al design».

Sono gli stessi Paesi in cui si concentrano le commesse «contract», cioè le grandi forniture di mobili, complementi e

luci per alberghi e centri commerciali, che valgono intorno ai 4 miliardi di euro.

**EST CONGELATO.** Sotto osservazione, invece, l'Est Europa. «I produttori italiani però non devono abbandonare aree come la Croazia, la Polonia, la Repubblica Ceca o l'Ucraina» suggerisce Marco Fortis, docente di economia industriale alla Cattolica di Milano. «Nonostante abbiano economie in crisi, sono da considerare «praterie» ancora da conquistare».

E in soccorso agli imprenditori italiani arrivano i fondi dell'Unione europea. «Stanno per partire i bandi sulla Romania» avverte Andrea Dellabianca, managing director di **Italianlink**, società di consulenza per lo sviluppo nei mercati internazionali. «Per fare scelte davvero strategiche, gli imprenditori dovrebbero usare la finanza agevolata non per delocalizzare, ma per raddoppiare gli impianti».

Un'ulteriore spinta è attesa dal mercato italiano. «Ha perso il 6%, ma sta reagendo meglio di quelli internazionali» dice Messina. Insomma, i margini per fare ripartire il settore ci sono, anche se gli incentivi offerti per l'acquisto di arredamento inseriti nel decreto anticrisi secondo Federlegno da soli non bastano.

Una buona notizia, invece, viene dalle aziende d'illuminazione, che sono presenti al Salone del mobile con Euroluce, la manifestazione biennale a loro dedicata, con 525 aziende espositrici. «Il settore con un fatturato 2008 di 2,7 miliardi (+1,3%) ha retto la crisi, registrando anche un +1,8% nelle esportazioni» dice Piero Gandini, presidente di Assoluce e del gruppo **Flos**. «Le nuove lampadine a risparmio energetico ci hanno imposto una sfida in più: adeguare il design dei nostri prodotti alle esigenze ambientali».

E la sfida, è ovvio, è stata vinta.

## Ed Euromobil punta su due nuovi creativi

Ha chiuso il 2008 con un giro d'affari di 75 milioni di euro (il 3% in più rispetto al 2007) e nel 2009 si prepara a mantenere le posizioni acquisite sul mercato italiano e anche all'estero, dove realizza il 35% del fatturato. **Euromobil**, il gruppo di Falzè del Piave (Treviso), vende i suoi mobili in 800 punti vendita sparsi tra Europa, Stati Uniti, Cina, Giappone, Russia e Corea. «Siamo sempre pronti a scoprire nuovi mercati e non escludo che lo faremo anche nel 2009» dice l'amministratore delegato Gaspare Lucchetta. «La nostra strategia? Investire molto nel servizio offerto ai clienti che devono vendere i nostri brand». Ecco perché la concretezza veneta si è sposata con l'arte e con il design e al Salone del mobile presenta due nuovi prodotti legati ai nomi di altrettanti creativi: l'italiano Roberto Gobbo e il giovane indiano Jai Jalan.

