

# i mobili *smart* nel salone di Milano

**Vetrina** | *Un giro d'affari di 250 milioni di euro, 2.300 espositori, 400 mila visitatori. Il legno è tra i protagonisti della kermesse, nel segno dell'hi-tech e dell'artigianato. Un futuro che parla italiano*

**CRISTIANA RAFFA**

■ Negli anni Trenta dell'Ottocento, nella piccola città prussiana di Boppard, viveva un ebanista che non si rassegnava all'idea di non poter piegare la sua materia. Si chiamava Michael Thonet, la sua testa era dura più del legno. «Piegare o rompere» il suo motto. Provò mille tecniche finché non fu il vapore a permettergli di compiere quel gesto rivoluzionario e di brevettarlo. Nacquero così, grazie alla pervicacia di Thonet e all'intuito del principe di Metternich che gli commissionò arredi per i suoi palazzi, le sedie più famose della storia. Fu lavoro per migliaia di operai in quella che divenne la più grande fabbrica di sedie d'Eu-

ropa. E un viatico allo stile Liberty che avrebbe accompagnato il passaggio di secolo. Thonet, quando plasmò centinaia di spalliere per gli avventori dei primi caffè viennesi, forse non lo sapeva, ma stava ponendo le basi per lo sviluppo del settore dei mobili destinati alla collettività. Nascevano gli ambienti pubblici. Le Corbusier considerava la "Thonet n 14" il miglior prodotto di design mai realizzato: sei parti unite da dieci viti, prezzo popolare. In settant'anni ne furono vendute 50 milioni. La ditta Thonet è stata acquisita nel 2003 dal colosso italiano del mobile Frau, per poi passare nel 2013 alla Moschini. Anche quest'anno espone le novità ai Saloni di Rho e al Fuorisalone.

► segue alle pagine 30 e 31

# per fare il domani ci vuole il legno

**Conferme** | *È il materiale più antico. E il più nuovo.*

*Come rivelano i pezzi dei giovani artigiani esposti*

*in questi giorni a Brera o alla Fabbrica del Vapore*

► segue da pagina 29

■ È una storia paradigmatica di ricerca, produzione artigianale, poi industriale e poi culturale. Una storia che ha in comune con tante altre storie accadute nel nostro Paese almeno due cose: un innesco testardo e il legno come materia prima.

L'industria italiana del legno per arredo è ai vertici dell'Unione europea per saldo commerciale. Esportiamo per 13 miliardi. Con 56,4 milioni di euro investiti vantiamo il primato per spesa in ricerca e sviluppo. Siamo tra i primi per eco-efficienza del sistema produttivo, con 39 tonnellate di CO2 ogni milione di euro prodotto (la Germania ne immette in atmosfera 50, il Regno Unito 93). Sul fronte dei consumi di energia elettrica: usiamo 30 tonnellate equivalenti di petrolio (tep) ogni milione di euro prodotto, contro le 68 della media Ue. Primi anche nell'industria del riciclo: a fronte di un recupero di 163 milioni di tonnellate di rifiuti lignei su scala europea, da noi ne sono stati raccolti 24,1 milioni (dati [Symbola](#) e FederlegnoArredo).

«Di meglio non c'è per costruire», dice Maurizio Riva che dirige a Cantù, in Brianza, un'azienda con 100 dipendenti. «Rappresento la terza generazione; tutto è cominciato in una piccola bottega nel 1920. Siamo arrivati sin qui perché abbiamo prodotto con lo scopo di tramandare». Quest'anno al Salone Satellite, riservato ai giovani talenti, Riva premierà 12 designer: «Abbiamo scelto tra 1240 progetti; i giovani devono la-

vorare il materiale con le mani, andare in bottega o in fabbrica, a maggior ragione oggi che sono disponibili tante nuove tecnologie. Per innovare bisogna conoscere. Con la tradizione manifatturiera non si scende a patti, si deve dominare».

Riva, oltre a produrre complementi d'arredo disegnati da giovani talenti e dai più noti designer, da Pininfarina a Mario Botta, lavora per la diffusione di una cultura alternativa ai modelli di consumo dominanti. «Avete sentito che il 60 % dei pensionati prende 750 euro al mese? E sarà sempre peggio. Se pensate che questo non c'entri col legno vi sbagliate. Dobbiamo cominciare chiedendoci cosa lasceremo alle generazioni future. Noi proponiamo un modello industriale sostenibile e insegniamo ai giovani a riprendersi il lavoro».

Il modello sostenibile consiste nell'utilizzare legni che provengono da foreste che saranno ripiantate. Oppure da legni di riciclo come le briccole veneziane (la parte consumata dei pali di rovere collocati sul fondale marino e utilizzati per segnalare le vie d'acqua e le maree, durano in laguna 10/20 anni, devono essere periodicamente sostituite); o i kauri (enormi alberi australiani caduti nel Giurassico e rimasti som-

mersi dal fango, sono ibernati intatti). I "figli" di Riva sono i giovanissimi falegnami che guardano al futuro, come i 36 che alla Fabbrica del Vapore costruiscono sgabelli con fresche tecnologicamente avanzate, un laboratorio aperto nella mostra *New Craft*, curata da Stefano Micelli, divulgatore della terza ri-

voluzione industriale, quella dei makers.

Nuovi artigiani che hanno capito come fare. Giacomo Moor, considerato

un astro nascente del settore, è un po' meno giovane e più smaliziato. Ha 34 anni, laureato al Politecnico di Milano con una tesi sui difetti del legno; mentre studiava lavorava in bottega, oggi ha 9 dipendenti nel suo laboratorio in zona Loreto: «Riva usa il massello senza paura», dice. Perché se il massello è naturalmente contorto non è un inconveniente, è naturale, e loro sanno farlo apprezzare. Moor incarna il modello "tutto in uno" ormai comune a tanti

mestieri: progettista e realizzatore insieme. «Così il cliente risparmia mentre io posso immaginare le problematiche e le soluzioni del progetto nel momento stesso in cui lo penso». Al Salone e al Fuorisalone è presente con diversi prodotti, e intanto lavora al prossimo, per una galleria milanese: «Sarà in massello di faggio piegato al vapore, ispirato ai lavori di Thonet. Presente, no?». Moor fa parte anche della scuderia di artigiani di Artemest, un e-com-

merce d'alta gamma che si rivolge a un pubblico internazionale con prodotti realizzati a mano in Italia. In questi giorni, e fino a fine mese, Artemest espone alcuni pezzi, e ne mostra la lavorazione nel pop-up store di via Monte di Pietà 22.

Sparse invece tra i corridoi e i cortili dell'Accademia di Brera ci sono le panchine con schienali dirimpettai (per parlarsi guardandosi) di Leftover, un

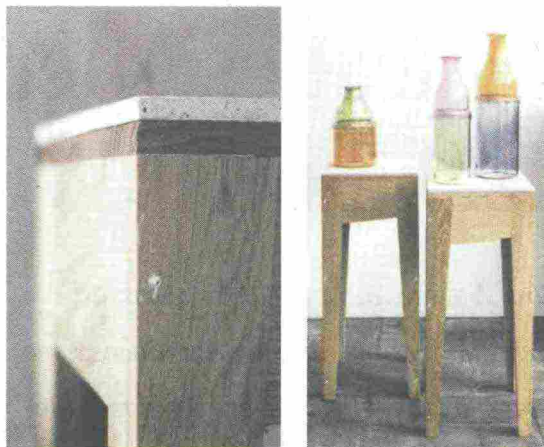
marchio di design autoprodotta realizzato da Raffaella Guidobono con il suo compagno Alfred Von Escher, milanese lei, di Zurigo lui, trapiantati in Sicilia. Il sogno di una generazione liquida: «Ho venduto il mio alloggio di 30 mq sui Navigli e col ricavato ne ho comprato uno di 300 in un palazzo del '500 nel cuore di Palermo, lì abbiamo creato anche il laboratorio», spiega Raffaella. Gli allestimenti per lo spazio BASE, nuovo ritrovo per eventi, co-working e residenze d'artista in via Borgognone, sono stati realizzati da Leftover: «Un lavorone, considerando che è tutto fatto da noi, con l'aiuto di un solo collaboratore, un ebanista nigeriano immigrato a Palermo, Oluwatola Enitan Onifade, detto Tola». Un processo a tutto tondo, dalle linee minimali e dall'uso del colore fatto di pigmenti da materia organica, l'acqua di riso nero per il rosa pastello, o il caffè per i marroni. «I nostri complementi sono tutti diversi perché usiamo tagli diversi. Lo facciamo per ottimizzare il legno, per non sprecare. Così teniamo i costi più bassi». L'idea è quella di democratizzare anche il design unico e fatto a mano. Raccontano il loro approccio nello spazio di H+, in via Varese

12, nell'ambito del Fuorisalone, dove hanno arredato la terrazza come fosse un interno.

Ma per scoprire tutto di questo materiale antico e futuribile, imparando tra l'altro che sono tre o quattro i tipi di legno utilizzati dall'industria, mentre in natura ce ne sono 100 mila, bisogna andare a vedere Wood tasting, evento di Aldo Cibic e Slow Wood, accanto al Teatro Piccolo, Foro Buonaparte 44/A. «Il mio collega Gianni Cantarutti ha girato le

foreste del mondo per trovare l'offerta migliore», spiega Marco Parolini ceo di Slow Wood, «ora abbiamo due xiloteche, una con 2 mila tipi di legni a Udine, e una con 400 qui a Milano, tutti possono essere sfruttati e permetterebbero di sostenere la biodiversità». Per capire il legno bisogna attivare i cinque i sensi, compreso il gusto, perché il legno si può anche assaggiare, ha precise caratteristiche organolettiche. «La nostra missione è commerciale e culturale», nota Parolini. «Abbiamo creato un network di artigiani e progettisti italiani, alcuni incarnano entrambe le figure». Crea ponti Slow Wood, tra chi progetta, chi produce e chi compra. E punta a farlo all'estero: «Il made in Italy artigianale è ancora il marchio più vendibile al mondo».

CRISTIANA RAFFA

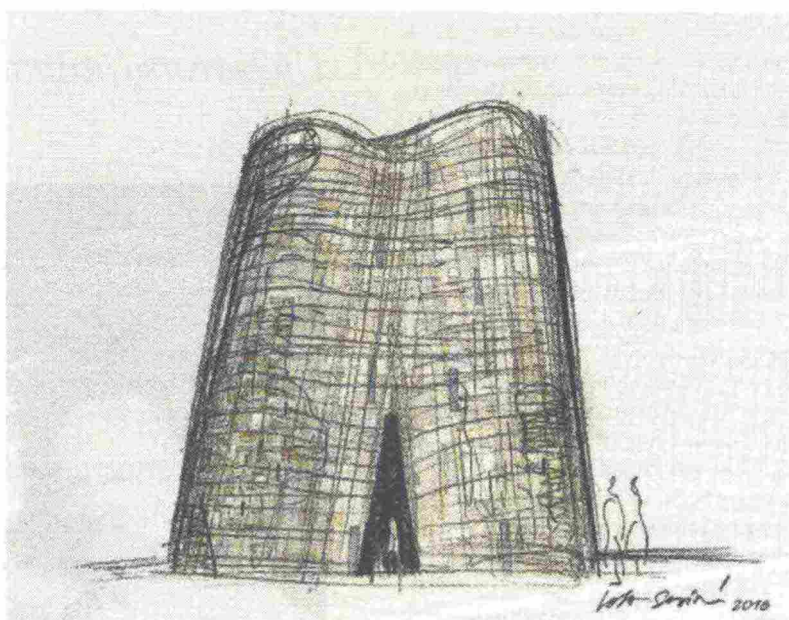


**INCONTRI** Raffaella Guidobono e Alfred Von Escher con i loro pezzi unici realizzati a mano. È possibile incontrarli sulla terrazza di H+ per la quale hanno realizzato gli arredi, in via Varese 12: il 12 aprile alle 17,00 e il 15 alle 18,00

# le forme materne dell'era digitale

**Profilo** | *A Milano Massimo Iosa Ghini*

*presenta progetti morbidi e ondulati*



In/Out, un progetto di Iosa Ghini

**PAOLO LANDI**

■ Nella babele di stili che si intrecceranno al Salone del Mobile di Milano (12-17 aprile), sembra prevalere la dicotomia tra “funzionale” e “emozionale”, tra dimensione individuale e dimensione sociale. Il design che si alimentava della fede nel progresso ed esprimeva una cultura che glorificava l'efficienza pura, lascia il posto a un design più protettivo e rassicurante. Nell'era dell'iperconsumo l'architettura e il design abbandonano l'ambizione di erigere simboli di modernità trionfale, vogliono piuttosto offrire un comfort che riconcili la funzionalità al vissuto emotivo.

I manufatti architettonici e gli oggetti smettono di essere inni alla razionalità meccanicistica per rivolgersi alla felicità sensitiva, in un'epoca che vede il digitale e il virtuale lottare per prevalere sull'esperienza. Così, in un'intervista Philippe Starck afferma che «gli unici oggetti di de-

sign belli sono quelli necessari». E da parte sua, anche Massimo Iosa Ghini elenca le priorità del moderno architetto-designer: «fare cose belle, ben fatte, uniche, sorprendenti, utili». Presente al Salone con diverse proposte, Iosa Ghini è un esempio interessante di progettista armonizzatore che agisce in un mondo in cui se si parla di auto non si parla più di velocità ma di sicurezza e serenità familiare; se si parla di casa si privilegia l'armonia tra corpo e spirito; se si disegna una catena di negozi si privilegia la trasparenza degli spazi.

Il Salone del Mobile rende omaggio a quello che è venuto prima del design vero e proprio, con una mostra evento, *Before Design: Classic*, che racconta il gusto made in Italy inteso come categoria trasversale dell'abitare senza tempo, e quindi contemporanea. Così come contemporanea è l'affermazione di Iosa Ghini quando dice che nell'era digitale il disegno manuale ha perso il ruolo di master del processo di rappresentazione ma rimane in-

dispensabile: «Con il disegno manuale si fissa un pensiero, trasmettendo in diretta il concetto realizzativo».

Post-razionalista, classico ante-litteram, Massimo Iosa Ghini si laurea in architettura ma esordisce come illustratore. In *Un week end post moderno* (1990), l'indispensabile baedeker di Pier Vittorio Tondelli per capire la cultura post-moderna di quel tempo, ritroviamo alcune citazioni che riguardano il progettista: «Ingredienti della serata: oggetti di design disegnati da Massimo Iosa Ghini, performance musicali rumoreggiate da Massimo Giacomini, video in multivisione di Lorenzo Mattotti, poesie e fonemi di Daniele Brolli, mangimi progettati da Giorgio Carpinteri» descrivendo una serata bolognese e poi, in omaggio agli stilisti-eroi di quei tempi «Tanino Liberatore interpreta Moschino, Giorgio Carpinteri geometrizza Fendi, Marcello Jori tinteggia in lilla gli stampati di Giorgio Armani, Massimo Iosa Ghini compone vortici neofuturisti di

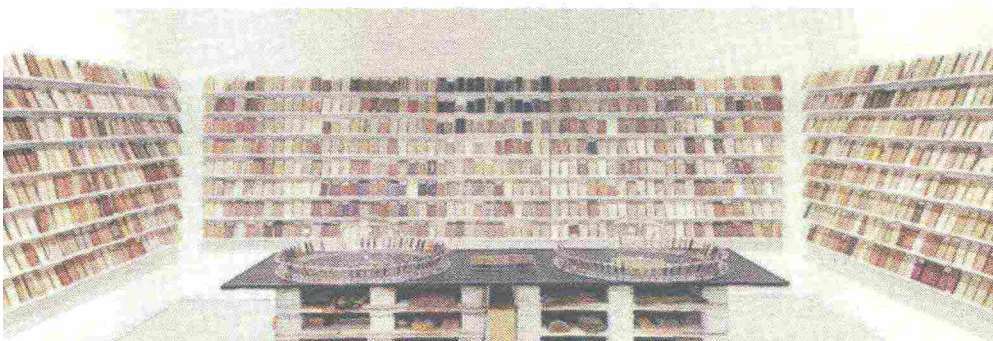
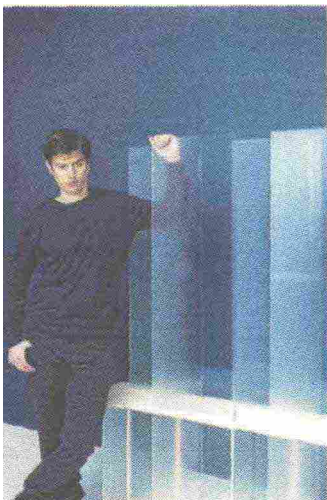
colore e di segni attorno a Krizia».

Iosa Ghini, fondatore del "bolidismo", la cifra che lo renderà riconoscibile e contestato tra le migliori aziende di design, respira la cultura bolognese del gruppo formato da Andrea Pazienza, Igort, Mattotti, Liberatore, Tamburini: sperimentatori di linguaggi tra teatro d'avanguardia, cinema, comici. È da quella cultura, da quella passione per il disegno manuale - che ancora oggi Iosa Ghini pratica con regolarità quotidiana - che nasce la sua creatività.

Al Salone del Mobile il progettista si misura con una installazione di grande suggestione realizzata per Ceramiche Cerdisa: due unità abitative semplici, un dentro-fuori praticabile, che riproduce il processo continuo di compromesso e adattamento delle civiltà umane. Due ambienti densi di memorie al servizio della materia: il volume ondulato dell'esterno è composto da piastrelle di ceramica fallate e da scarti, all'interno un rivestimento ortogonale definisce un ambiente di piastrelle bianche riflettenti una luce intensa.

Leggerezza, rigore e ricchezza di materiali si ritrovano nei vetri per Venini, nelle cucine per Snaidero o negli oggetti per il bagno disegnati da Iosa Ghini per Milledue. Qui la modernità del design polisensoriale predilige oggetti dalle forme ovoidali che creano un universo materno e accogliente contrapposte a una linea "maschile" più rettilinea. Se il design della modernità prima maniera era ascetico, quello di oggi è amichevole: ammorbidendosi, le forme valorizzano la distensione, un comfort fluido che, scommettiamo, sarà il fil rouge del Salone del Mobile 2016.

**«Con il disegno manuale si fissa un pensiero, trasmettendo in diretta il concetto realizzativo»**



**PROTAGONISTI** In alto Giacomo Moor, presente in fiera a Rho con Acerbis e a diversi eventi del Fuorisalone, a cominciare da via Tortona, al 12, col parquet Float e al 20 da Beside con la ciotola Guggenheim. Al centro la sua *Breccia*. Sotto centinaia di tipi di legno esposti presso la xiloteca di Slow Wood

## dove si costruiscono le case intelligenti

GABRIELE CATANIA

■ Il sogno di case automatizzate e mobili intelligenti è vecchio quanto l'Occidente. Già Omero, nell'*Iliade*, immaginava che la fucina del dio Efesto fosse una meraviglia di automatizzazione, con tripodi capaci di muoversi da soli e mantici robotizzati. «Se ogni strumento fosse in grado di compiere la propria opera al semplice comando o presentandola in anticipo», scriveva Aristotele nella *Politica*, «i padroni non avrebbero bisogno di schiavi».

La mitologia greca è già realtà, e basta farsi un giretto per i capannoni del Nordest *high-tech* (e *medium-tech*) per capirlo. In un'Italia che nonostante tutto resta tra i leader mondiali nella produzione di robot per l'industria, paesi come Oderzo, nel trevigiano, e Marostica, nel vicentino, sono roccaforti dell'*home (e building) automation* italiana, grazie ad aziende all'avanguardia come la Nice e la Vimar.

La prima fa sistemi di automa-

zione per cancelli a battente e scorrevoli, porte di garage e così via e ha automatizzato pure il sistema di tende della biblioteca comunale di Monaco di Baviera; la seconda è specializzata in soluzioni domotiche, con un elenco di referenze che va da sontuose ville in mezza Italia al Bosco Verticale di Milano.

In quest'humus di quarto capitalismo si moltiplicano imprese e *start-up* che puntano su una nuova frontiera: quella del mobile intelligente. Sia chiaro: non c'è solo il Nordest. Anche il Nordovest, la Toscana e il Lazio sono all'avanguardia. A Piacenza, per esempio, SMARTh FURNITURE, gruppo di professioniste guidate dall'architetta italo-argentina Patricia Ferro, sviluppa e crea mobili dinamici, cioè arredi che dialogano termicamente con l'ambiente (come la linea Tango per Riva 1920). Ma nel Nordest lo sforzo è molto forte, come racconta a pagina 99 Marco Bettiol, ricercatore di economia dell'Università di Padova, e autore del saggio *Raccontare il Made in Italy* (Marsilio - Fondazione Nordest, 2015).

### Made in Italy | Si chiamano Lago, Nice, Vimar. Imprese che puntano sull'internet delle cose. Ed esportano in tutto il mondo

«Si continua a vedere il mobile come un oggetto tradizionale, passivo, statico, che può essere bello o al massimo funzionale», spiega Bettiol, «in realtà è possibile creare mobili animati, intelligenti, con una capacità tecnologica tale da renderli attivi, e capaci di offrire molto di più. Oggi il mondo della casa è al centro di una grande rivoluzione tecnologica. Non è un caso che siano interessati a questo fenomeno anche colossi come Google, che nel 2014 ha comprato Nest Labs, azienda specializzata in termostati intelligenti e allarmi antifumo».

Insomma, il mobile intelligente come punto di incontro tra la tradizione mobiliera (quella che ha contribuito a far grande l'economia italiana, e continua a sostenere il nostro export) e nuovi mondi tecnologici, digitale *in primis*. «Il punto è dare ai mobili nuove funzioni, che oggi non solo non esistono, ma forse non sono nemmeno pienamente immaginate», insiste Bettiol, «tra le tecnologie più promettenti penso all'internet delle cose, che ha un po-

tenziale immenso».

Fin qui, la teoria. Ma Bettiol indica vari casi concreti. Su tutti, la Lago, nel padovano. Come in tante saghe del Nordest industriale, anche Lago ha le sue radici nell'Ottocento: il capostipite si chiamava Policarpo Lago, artigiano ebanista attivo nelle ville aristocratiche e nelle chiese veneziane. Un secolo e passa dopo, Lago fattura 30 milioni di euro, ha quasi 200 dipendenti e negozi monomarca da Roma a Londra. E scommette, tra l'altro, sui "mobili parlanti" e l'internet delle cose.

«Noi siamo gente curiosa», racconta a pagina 99 il Ceo Daniele Lago, «l'anno scorso, grazie alla tecnologia NFC, abbiamo lanciato la Talking Furniture. Tutti i nostri mobili sono dotati di un microchip che non solo contiene una carta di identità del prodotto, ma permette di avviare un dialogo con il pezzo di arredo». Basta avvicinare lo smartphone a una distanza ravvicinata e voilà, il gioco è fatto. Una cucina che suggerisce ricette, un lettino per bambini che racconta fiabe della buonanotte. Aristotele avrebbe apprezzato.

ANNA MOMIGLIANO

■ In principio era il Salone, dopo è arrivata la Design Week. Ma il Salone del Mobile, a dire il vero, continua a passarsela benissimo.

Giunto alla 55esima edizione, attira un pubblico di 300 mila operatori e visitatori, di cui 2.310 espositori (il 70 per cento sono stranieri, il restante 30 italiani), su una superficie espositiva di 207 mila metri quadri. A loro poi si uniscono 650 giovani designer che espongono invece al Salone Satellite, la sezione speciale dedicata agli under 35. Questi i numeri forniti da FederlegnoArredo, la federazione delle imprese che operano nel settore di mobili, arredamento, cucine, accessori e

via dicendo, che dal 1961 organizza il Salone a Milano: per il 2016 l'appuntamento è dal 12 al 17 aprile.

Il Salone del Mobile è, a tutti gli effetti, un evento fieristico. Si svolge infatti alla Fiera di Rho, la cittadina satellite del capoluogo lombardo da dieci anni ormai a portata di metropolitana. Apre la mattina e chiude la sera. Col tempo però intorno a esso - o, più precisamente, in concomitanza con esso - si è sviluppata una serie di eventi paralleli, sparsi invece sul suolo cittadino, da Brera a Tortona, da Sant'Ambrogio a Porta Venezia, insomma i vari distretti del design milanese, che pullulano di iniziative 24 ore su 24: è il Fuorisalone.

► segue a pagina 33

# due kermesse, un'unica regia perché il Salone è un successo

**Modelli** | *Fiera e Fuorisalone erano eventi concomitanti ma non coordinati. Ora si parlano. Il modello, applicato anche a Expo, attrae più espositori e visitatori delle rassegne di Parigi e Londra*

► segue da pagina 29

■ **MILANO.** Insieme il Salone e il Fuorisalone costituiscono la Design Week di Milano, che con i suoi 400 mila visitatori e un giro d'affari complessivo di 250 milioni di euro (i dati sono di Studiolo, società di consulenza che gestisce il portale [fuorisalone.it](http://fuorisalone.it)) è probabilmente la più grande settimana del design al mondo: per fare un confronto, quella di Parigi attira circa 100 mila visitatori, quella di Londra appena 25 mila. Negli anni recenti, poi, la Design Week si è consolidata come l'appuntamento meneghino che maggiormente lascia il segno in città (spesso e volentieri intasando il traffico) e le dà lustro all'estero: «La Design Week è

la nuova Fashion Week», titolava durante la scorsa edizione, e forse nemmeno troppo provocatoriamente, la rivista *Forbes*. «Chiedete a qualsiasi milanese e vi dirà che quella del design è diventata la più attesa tra le settimane che celebrano il Made in Italy».

Quest'anno la situazione si complica (o si arricchisce) ulteriormente, con un terzo evento, la XXI Triennale del Design di Milano, un'ampia serie di mostre e appuntamenti vari del settore, che si sovrappone in parte alla Design Week: è iniziata il primo aprile ed andrà avanti fino al 12 settembre. Il sindaco uscente Giuliano Pisapia ha definito questa combinazione di eventi una «straordinaria

primavera di Design». Le natura variegata della Design Week però è al contempo un punto di forza e una criticità da gestire.

Per anni Salone e Fuorisalone erano restati due eventi separati, che si sovrapponevano per date, ma si parlavano relativamente poco. Lo stesso Fuorisalone, peraltro, era un universo piuttosto frammentato, gestito separatamente dai singoli quartieri coinvolti. Tre anni fa però, spiegano a Palazzo Marino, il Comune di Milano ha cominciato a lavorare a «una regia unica» e coordinata tra i vari appuntamenti. A quest'edizione, infatti, «il Comune fa da coordinatore tra il Salone del Mobile, il Fuorisalone e i

distretti coinvolti».

Se la Design Week meneghina è così centrale, spesso se paragonata a quelle delle due capitali europee, è anche perché le autorità locali e nazionali hanno deciso di puntarci molto. Il Comune, soprattutto, che ha deciso di fare da mediatore, e anche l'Ice, l'ente governativo che promuove lo sviluppo del commercio italiano all'estero, che ha inserito il Salone nel suo programma di potenziamento fiere. Poi c'è il modello diffuso: la fiera, strutturatissima e fuori città, e ciò che accade fuori dalla fiera, nel centro, dove tutto ha un tocco più «di mondo», due mondi diversissimi, ma che traggono forza l'uno dall'altro.

Non è un caso che Milano abbia scelto di riprendere la formula anche per l'Esposizione universale, realizzata a Pero ma connessa a iniziative urbane. «Per preparare Expo è stato ripreso molto dal modello del Salone del Mobile», ha detto Pisapia lo scorso febbraio. «Ci siamo chiesti "che cosa dobbiamo fare?". E la risposta è stata: dobbiamo fare come nella Settimana del mobile».

Mentre sono soprattutto gli eventi del Fuorisalone ad animare la vita notturna della città, il Salone del Mobile resta il cuore economico della Design Week: «Quello che succede, in genere, è che gli operatori del settore passano il giorno al Salone e poi la sera al Fuorisalone. Insomma non c'è concorrenza», dice a *pagina99* il presidente di FederlegnoArredo Roberto Snaidero. «Per molti dei nostri espositori», aggiunge, «il Salone è il principale veicolo di marketing per il mercato internazionale».

Il fatturato del settore mobili in Italia supera i 10 miliardi di euro. È un comparto che «sta dando segni di ripresa, con un aumento dell'export che dovrebbe avvicinarsi al 6%», ha dichiarato il viceministro allo Sviluppo economico Carlo Calenda.

Dal canto loro gli espositori del Salone dichiarano infatti di dovere circa il 63 per cento del loro fatturato alle esportazioni, e visto che operatori del settore da oltre 150 Paesi visitano l'evento, si tratta di un appuntamento imprescindibile. A maggior ragione se si tiene conto che si tratta di un comparto molto distribuito, con player non enormi: stando ai dati ufficiali dell'associazione di settore, operano in Italia un totale di 205 mila addetti in circa 13 mila aziende, «ma se parliamo anche di piccoli artigiani il numero reale è più vicino ai 70 mila», precisa Snaidero.

Dunque per i produttori italiani, che puntano molto sull'export ma per ragioni di dimensione non sempre hanno

altre grandi occasioni di visibilità, il Salone del Mobile diventa lo strumento principale per cercare e conquistare clienti stranieri. Sempre in quest'ottica di esportazione, e con un occhio particolare rivolto verso gli Stati Uniti e i Paesi dell'Asia orientale (il Far East), quest'anno un padiglione sarà dedicato al settore del lusso.

Per molte società, la presenza all'evento fieristico rappresenta un investimento non da poco: «Lo spazio di esposizione costa tra i 300 e i 400 euro a metro quadro, poi bisogna aggiungere l'allestimento, il personale, e per chi viene da lontano gli spostamenti», dice Snaidero. Secondo alcuni, sarebbero stati proprio i costi dell'esposizione fieristica a spingere i primi designer, negli anni Ottanta, a creare alcuni eventi espositivi paralleli nel centro della città, dando così vita al Fuorisalone. I numeri e i dati però dimostrano che espositori e operatori continuano ad affluire al Salone: «È un investimento che conviene fare», sostiene Snaidero. I due terzi dei visitatori della settimana del design milanese, dopotutto, passano da Rho.

**ANNA MOMIGLIANO**

**«Lo spazio espositivo costa 300-400 euro a metro quadro», dice Snaidero di Federlegno**

**È straniero il 70% delle aziende. Per un settore che vive di export è un evento imperdibile**



STEFANIA D'ALESSANDRO/GETTY IMAGES

#### **FERMENTO**

Il quartiere Brera, nel centro di Milano, durante la settimana del Mobile ospita numerose mostre ed esposizioni. Quest'anno la Design Week si tiene dal 12 al 17 aprile