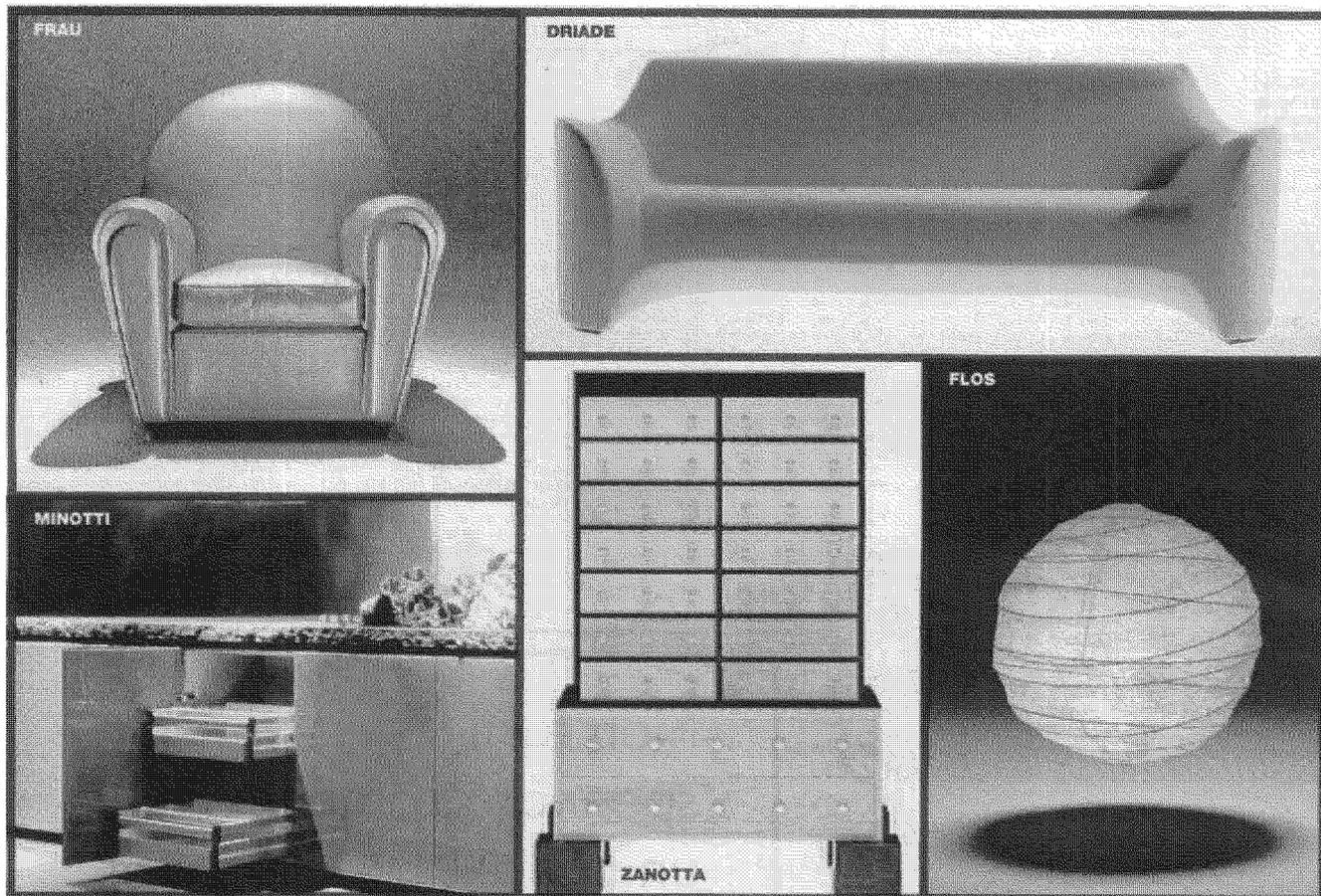


**LA TENDENZA** / Uno dei settori di punta del Made in Italy ha saputo reagire prontamente all'evoluzione del mercato, delocalizzando nei paesi dove la mano d'opera costa meno e specializzandosi sull'alto di gamma

# Poltrone, divani, librerie a tutto export

Le vendite all'estero crescono dell'8,4%, trainate in particolare dai paesi emergenti, soprattutto Russia, Cina, Brasile, India ed Emirati Arabi. Negli Stati Uniti, dopo la flessione seguita all'attacco della concorrenza a basso costo, recuperato il terreno sulla fascia medio-alta



**DONATELLA ALFONSO**

**Milano**  
L'Italia che mette a letto il mondo (o lo fa accomodare in salotto, gli fa aprire e chiudere rubinetti e porte, accendere lampadari e abat-jour, insomma garantisce con il marchio del *made in Italy* tutto quello che c'è dentro una casa) vale una fortuna. Che nel 2007 ha significato un valore di esportazioni pari a 13,7 miliardi di euro, incassati dalle aziende dell'intero comparto dell'arredo, in crescita ancora dell'8,4% nonostante le nubi legate al dollaro. Ottime notizie per l'intera filiera dell'arredamento, che porta oltreoconfine circa un terzo della propria produzione (il 34,3%) su un fatturato di 40 miliardi di euro in crescita del 5% sui dati dell'anno precedente, peraltro, già accreditato di un 3% rispetto al 2005. Cresce (poco) il mercato interno, molto di più quello che sta oltre i confini: specialmente se paga in euro. E quindi se si rife-

**In Russia siamo diventati**

**leader superando la Germania**

orientale.

«E' l'area delle nuove adesioni all'unione europea, con la Russia a confermarsi la componente più dinamica di questo mercato, tanto che l'export dell'arredo italiano nel 2007 ha toccato i 724 milioni di euro, e nell'area l'Italia ha superato la Germania come provenienza delle importazioni» spiega Marco Fortis, docente di Economia Industriale e Commercio con l'Estero presso l'Università Cattolica di Milano e vicepresidente della Fondazione Edison. Al ceto medio russo «molto denso e dinamico, specialmente quello più vicino ai settori del petrolio e del gas, che negli ultimi anni hanno avuto risultati eccezionali», la casa griffata Italia piace davvero: dentro e fuori. «Consideriamo che si tratta di aree dove prosperano anche le costruzioni di nuovi alloggi, specialmente in località di vacanza — spiega ancora Marco Fortis — Un caso per tutti quello di Soci, sul Mar Nero, che ospiterà

risce all'Europa continentale, ma anche e soprattutto all'area centro-

le Olimpiadi Invernali del 2014. Si devono costruire edifici e alloggi, in buona parte con macchinari italiani, visto che l'export delle macchine da costruzione verso l'area è raddoppiato in due anni, e ci sarà poi da allestire e arredare tutto quanto, dai pavimenti ai condizionatori, dai mobili ai sistemi di illuminazione».

L'arredo made in Italy supera Francia e Regno Unito nei settori di punta degli altri due paesi. Nei mercati extra-Ue, «Bric in testa (Brasile, Russia, India, Cina) l'arredo, dicono le rilevazioni Fondazione Edison, terza voce

dell'export extra Ue per l'Italia, nei primi nove mesi del 2007 ha un giro d'affari maggiore del vino e del cibo francesi e delle auto inglesi, a loro volta terza voce dell'export di Francia e Regno Unito in queste aeree.

Tassi consistenti di export, anche se non ai livelli russi, li garantisce la vecchia Europa. La Spagna, ad esempio, con 515 mln di euro di importazioni rispetto ai 450 del 2006; mentre la Francia conferma l'affezione sul prodotto medio-alto con un +7,2%, mentre la Germania, pur con un +4,4%, fa segnare il passo: sia per l'arrivo dei prodotti di produzione cinese e degli altri paesi dell'est sulla grande distribuzione, sia per le difficoltà economiche. «E' chiaro che per poter sopravvivere in settori particolari come la moda o la casa bisogna certamente situarsi nel segmento medio-alto — è il parere di Marco Fortis — tanto è vero che i settori a basso valore aggiunto hanno sofferto di più: è il caso della sedia friulana. Di fronte a quella tradizionale in legno si fa sentire la presenza massiccia di un'offerta in acciaio, plastica e altri materiali. Inoltre, le sedie friulane, da sempre un prodotto sicuro in Germania, sono state "frenate" dall'arrivo sul mercato tedesco dei quelle cinesi: non a caso la Cina è diventata la prima importatrice al mondo di legno di faggio...»

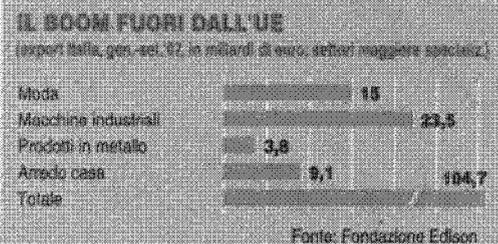
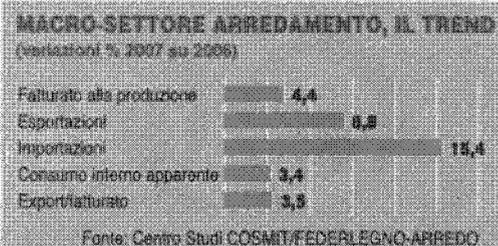
Produzioni a basso prezzo e dollaro debole hanno creato qualche problema anche ad un altro comparto produttivo dell'arredo italiano, quello del mobile imbottito. I divani che dalle Murge pugliesi e materane hanno invaso il mondo, insomma, hanno a loro volta dovuto vedersela con l'arrivo nei centri commerciali americani, fino a pochi anni fa una cozzata nella penetrazione del fondamentale mercato statunitense, dei divani cinesi, a prezzi concorrenziali. E allora? La soluzione a cui hanno fatto ricorso buona parte dei produttori pugliesi, spiega Marco Fortis, salva magari i conti, ma apre nuovi problemi. «La scelta è stata quella di delocalizzare buona parte della produzione, il che ha permesso sì di mantenere quote alte di mercato negli Stati Uniti, visto che producendo in Cina o altri paesi asiatici i costi sono inferiori; ma sicuramente ha ritoccato al ribasso il valore dell'export italiano del settore, che non si può calcolare in euro per quella parte. I conti del 2007 sono stati quindi di 768 mln di euro rispetto agli 896 del 2005; senza contare l'impoverimento, i punti di Pil in meno che si fanno registrare in Italia, visto che in certe zone non si produce più o lo si fa meno, con minore occupazione e ricadute economiche sul territorio».

«Sicuramente non sarà semplice recuperare i dati di cinque anni fa sul mercato americano, ma confidiamo molto su quello che saprà

dirci un appuntamento come quello di Icff, la grande fiera dell'arredamento in programma a New York a maggio: non vogliamo tralasciare nulla per mantenere forte la nostra presenza negli Usa», spiega Roberto Snaidero, presidente di Federlegno-

Arredo, nei giorni scorsi al Cairo, nell'ambito di una vasta missione commerciale italiana guidata dal presidente uscente del consiglio Prodi, per sondare nuovi mercati. «Il Medio Oriente non è ancora preparato al 100% ad accogliere il prodotto italiano, ma ci sono buone prospettive per quanto riguarda i semilavorati - precisa Snaidero - In qualche maniera possiamo istruire sul campo la manodopera; esportare quindi non soltanto i prodotti italiani, ma anche macchinari e soprattutto know-how». Migliori dati arrivano invece dal segmento degli Emirati Arabi (+39,8%), dove il prodotto italiano finito e di alta gamma - sia che si tratta di mobili che di marmi o accessori - è sempre più ricercato.

E se i dati dei primi due mesi del 2008 confermano, come dice Snaidero, «che stiamo ancora correndo», saranno gli appuntamenti fieristici come il Salone Internazionale del Mobile a dire quali siano le prospettive sul medio periodo. «saranno i Saloni della svolta nella buona e nella cattiva sorte» commenta Rosario Messina, presidente di Cosmit, la società che organizza l'evento milanese. Le incertezze che arrivano dall'aumento del prezzo delle materie prime, quelle energetiche in particolare, la crisi finanziaria dei mutui subprime e il crollo delle borse finora solo in minima parte recuperato non permettono voli pindarici. «Preferisco parlare di riflessione, piuttosto che di flessione», ironizza Snaidero. «E io confido che la tosatura al ribasso, gli 8 miliardi in meno di surplus commerciale che dobbiamo registrare per colpa della Cina siano un fatto ormai concluso. Tanto più che proprio l'arredo ha subito una tosatura meno forte di altri settori», conclude Marco Fortis. E' primavera, il vello può ricrescere.



**L'arredo corre più del vino e del cibo francese e delle auto inglesi**

#### IL SALONE

## Milano, vetrina del mobile

Appuntamento a Milano con l'arredamento. Dal 16 al 21 aprile nel nuovo quartiere espositivo di Rho, si terranno cinque manifestazioni distinte ma strettamente collegate in un mercato di riferimento che per il Made in Italy è sempre più importante e spazia dai mobili agli arredi per le cucine, agli arredi commerciali e d'ufficio, fino ai bagni. Tutto con riferimento e marchi internazionali. Contemporaneamente, altri due eventi straordinari avranno luogo in città. La scorsa edizione la manifestazione ha fatto registrare 270.000 visitatori di cui 165.000 esteri da 145 Paesi e dalla piena soddisfazione delle quasi 2000 aziende espositrici. La kermesse occuperà oltre 220.000 metri quadrati: un lavoro di squadra condotto dal Salone Internazionale del Mobile, Eurocucina, il nuovo SaloneUfficio/Biennale Internazionale dell'Ambiente del Lavoro (ex Eirnu), il Salone Internazionale del Bagno, il Salone Internazionale del Complemento d'Arredo e il SaloneSatellite.