

punto

Gli strumenti del rilancio

di Gianluca Chesini

Si è tenuto in giugno, a Milano, il secondo Forum di Federlegno Arredo, un importante appuntamento per comprendere, analizzare e delineare gli scenari di crescita di un grande comparto economico italiano, quello dell'arredamento e dell'architettura. Federlegno riunisce infatti diverse associazioni operanti nella filiera del legno e dell'arredamento, ma anche della luce, delle finiture e delle costruzioni (tra di esse figura anche ASAL, l'associazione italiana degli allestitori fiere e mostre). Il Forum è un progetto per mettere a confronto tutti i protagonisti di questa filiera, individuando format sinergici e possibilità di integrazione, ma soprattutto una grande occasione per sentire il polso di un settore tra i più importanti a livello nazionale.

Grande interesse per le sessioni plenarie che hanno affrontato due temi di fondamentale importanza per il made in Italy: la valorizzazione delle eccellenze e l'attivazione di politiche industriali che puntino allo sviluppo del settore. «L'immagine dei prodotti italiani ad alto contenuto estetico (design, moda, food...) sono sempre più apprezzati nel mondo, ecco perché dobbiamo incominciare seriamente a fare sistema e a muoverci come un unico grande soggetto», ha sottolineato Riccardo Illy, vicepresidente di Illycaffè, intervenendo nella sessione "Le eccellenze dell'italianità".

«L'Italia è un Paese che può ancora crescere e che in prospettiva ha delle grandissime potenzialità di competere con le principali economie mondiali», ha sintetizzato Massimo Della Ragione, Co-Head Italy di Goldman Sachs, che insieme a Marco Fortis (vice presidente Fondazione Edison), Giuseppe Tripoli (Garante PMI del ministero dello Sviluppo Economico) e Gabriele Piccini (country chairman Italy UniCredit), è intervenuto nella sessione "Fare politica industriale: la nostra sfida".

I workshop tematici hanno consentito ai partecipanti di analizzare nel dettaglio gli aspetti più attuali del settore legno-arredo: ufficio del domani, costruire con il legno, strategie di marketing innovative, mercato Usa, energia e daylighting, sono alcuni dei temi affrontati nel corso delle sessioni pomeridiane. «Un grande evento per un grande settore - afferma Roberto Snaidero, presidente Federlegno-Arredo - a dimostrazione che il nostro tessuto produttivo svolgerà con sempre maggiore efficacia un ruolo di primo piano nella crescita del Paese. Noi siamo consapevoli di questo compito e siamo pronti».

Proprio la capacità unica del made in Italy in termini di creatività e innovazione dimostrano come, nonostante la crisi, si possa ancora affrontare la sfida dei mercati in modo positivo, superando in parte la crisi economica mondiale e creando di fatto opportunità uniche di business: è certo però che il made in Italy va protetto, tutelato e sviluppato, puntando dunque sulla qualità e la tecnologia quanto sul servizio e la flessibilità. Una lezione che riguarda tutti i comparti produttivi, che proprio dall'esperienza della moda e del design possono trarre un importante insegnamento.

A8

