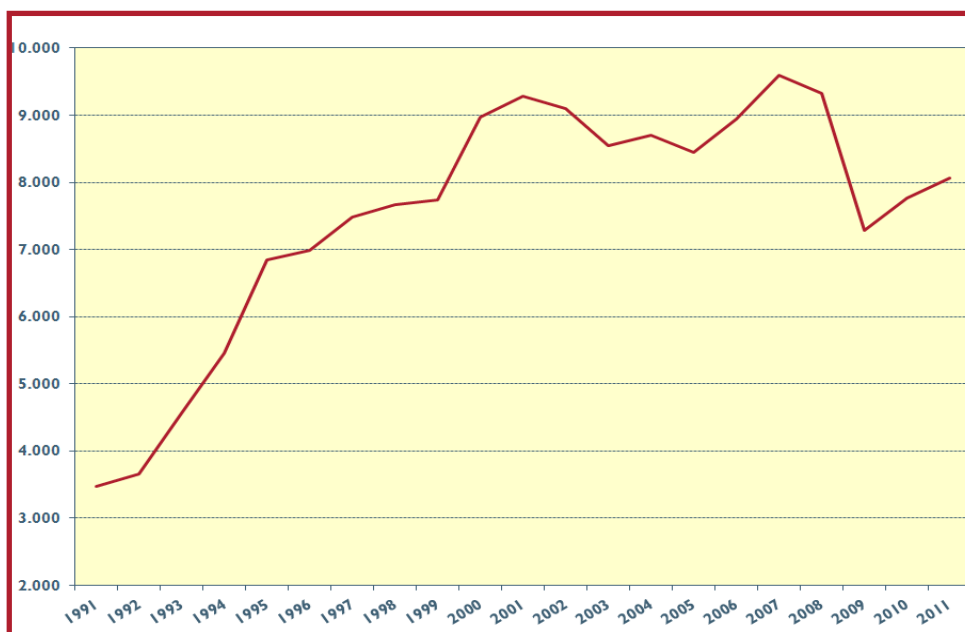


FONDAZIONE
EDISON

IL DESIGN ARMA VINCENTE DEL MADE IN ITALY

Figura I - Evoluzione storica dell'export commerciale di mobili italiani: 1991-2011 (valori in milioni di euro)



Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati Istat.

I prodotti dell'Arredo-casa che, come noto, rappresentano una delle "4 A" dell'eccellenza manifatturiera italiana, continuano ad essere oggi tra i più esportati dal nostro Paese, nonostante la concorrenza asiatica sia divenuta particolarmente aggressiva nell'ultimo decennio. E, negli anni a venire, con il previsto aumento della ricchezza nelle economie emergenti, sarà sempre più elevato il potenziale di vendita dei prodotti italiani di pregio in questi Paesi.

Nel 2011 i mobili hanno contribuito alla bilancia commerciale italiana con l'estero con un surplus di 6,3 miliardi di euro, mentre l'attivo dei prodotti in minerali non metalliferi (che includono le piastrelle ceramiche e le pietre ornamentali) è stato di 5,2 miliardi.

In questi comparti sono soprattutto il design e la progettazione a giocare un ruolo fondamentale come fattore competitivo, ambito nel quale il nostro Paese ha indubbiamente uno dei suoi punti di forza. Tuttavia, nel nuovo mondo sempre più globale ed aperto anche nel design non è possibile immaginare di poter vivere di rendita bensì è necessario rimboccarsi le maniche per poter continuare ad eccellere e restare sulla cresta dell'onda.

Autore:
Marco Fortis
Andrea Branzi*

Sommario

Il design arma vincente del made in Italy

2

Il design arma vincente del made in Italy

Per quanto riguarda specificamente il settore dei mobili e delle lampade, secondo l'*Indice delle eccellenze competitive nel commercio internazionale* elaborato dall'Osservatorio GEA-Fondazione Edison, l'Italia si colloca nei primi tre posti al mondo tra i Paesi esportatori in tutti i 17 prodotti in cui è suddiviso statisticamente il settore stesso, per un controvalore di export di circa 10 miliardi di dollari nel 2009. Tra i primati più significativi si ricordano: il primo posto nell'export mondiale di parti di mobili diversi da sedie e divani (1,9 miliardi di dollari); i secondi posti nei mobili da salotto (2,1 miliardi), nei divani imbottiti con intelaiatura in legno (1,6 miliardi), nei mobili per cucine (788 milioni), nei lampadari ed apparecchi elettrici da fissare (883 milioni) e nei mobili in materie plastiche (277 milioni); i terzi posti nei mobili di legno per ufficio escluse le sedute (315 milioni) e nelle lampade da comodino o scrittoio e nei lampadari per interni (152 milioni).

Tra i principali mercati di destinazione dell'export italiano di mobili figurano: la Francia e Germania (con vendite in entrambi i Paesi superiori nel 2011 al miliardo di euro, pari, rispettivamente a 1.379 e 1.045 milioni), la Gran Bretagna (657 milioni), la Russia (597 milioni), gli Stati Uniti (449 milioni), la Svizzera (403 milioni), la Spagna (309 milioni) e il Belgio (260 milioni). Tra i primi 10 Paesi di destinazione del nostro export non figura la Cina, ove tuttavia negli ultimi anni alcune imprese italiane del settore dei divani imbottiti hanno aperto insediamenti produttivi per servire direttamente il mercato locale e l'export verso il Nord America.

I numerosi primati detenuti dall'Italia nel settore dell'arredamento si fondano su storiche competenze artigianali-industriali (tipiche dei molti distretti produttivi del nostro Paese), sulla qualità delle lavorazioni, sulla scelta di materie prime pregiate e trattate con metodi e colori innovativi, sulla creatività del design.

L'importanza del design come fattore vincente nella storia del "Made in Italy" è tale che al design stesso è stato dato un rilievo cruciale in occasione del Convegno "L'industria nella costruzione dell'Italia Unita. Paradigmi e Protagonisti", organizzato a Roma dalla Fondazione Edison insieme all'Accademia Nazionale dei Lincei nel novembre del 2011 in occasione dei 150 anni dell'Unità d'Italia.

Con particolare riguardo all'ambito dell'arredo-casa, il Design Italiano è nato negli anni '30 attorno alle grandi forniture di arredamento per le navi da crociera prima che per la produzione di beni di consumo. La capacità di operare in maniera flessibile, utilizzando tecnologie artigianali organizzate in maniera industriale, confrontandosi con designer, arredatori, stilisti o architetti di interni, ha contribuito alla nascita di quella particolare attitudine della piccola e media industria italiana a operare adattandosi a una committenza raffinata e a rispondere a esigenze funzionali diverse; dalle cabine ai ristoranti, dalle sale per lo

spettacolo agli uffici di comando. E' su questa base che si è sviluppata in Italia la produzione del *contract*, un settore di forniture per uffici, alberghi, teatri, ristoranti, che rappresenta oggi uno dei settori trainanti della nostra industria dell'arredamento.

Rispetto alla definizione classica delle relazioni lineari tra progettista e committenza, il sistema del *design* italiano potrebbe sembrare dispersivo, ma deve essere apprezzato confrontandolo con le rigidità che in altri paesi la produzione di beni di consumo ha incontrato con l'avvento dell'economia post-industriale, con il frazionamento dei mercati, nel confronto con la concorrenza globalizzata e con la necessità (che da questa deriva) di elaborare continue strategie di innovazione. Non è infatti un caso che negli ultimi decenni tutti i maggiori designer del mondo abbiano lavorato con industrie italiane: Ron Arad per *Driade* e *Kartell*; i fratelli *Campana* per *Edra*; *Philippe Stark* per *Kartell*; *Floss* e *Alessi*; *Zaha Hadid* per *Serralunga*, *Cassina* e *B&B*; *Karim Rashid* per *Foscarini*, solo per citarne alcuni.

Nell'ultimo decennio il processo di internazionalizzazione del design italiano si è particolarmente consolidato: multinazionali della formazione come "Laureate" ha recentemente acquistato due tra le più prestigiose scuole private di design (*Domus Academy* e *Nuova Accademia Belle Arti*) e l'Alta Finanza come il gruppo "Charme" è entrata nel settore, acquistando alcuni dei maggiori marchi italiani dell'arredamento. Gli effetti della globalizzazione si stanno quindi manifestando anche all'interno di questo delicato settore tecnico-culturale, con evidenti vantaggi di mercato ma anche con il pericolo (che già oggi si manifesta) che si possano trasferire settori importanti dei cicli manuali, in paesi produttivamente più favorevoli.

In Italia, la modalità vincente di collaborazione tra produzione e progettazione passa attraverso i *centri prototipi*, una sorta di laboratori artigianali interni alle industrie e integrati direttamente nel ciclo industriale. L'Italia è oggi l'unico paese europeo in cui è presente una consolidata tradizione di *alto artigianato legato al design*, al contrario di altri Paesi dove o è scomparso del tutto, o è rimasto legato alla produzione degli stili storici, o si è integrato passivamente nei cicli industriali, perdendo la propria caratteristica legata alla perfezione manuale e alla piccola serie.

Proprio la collaborazione con l'*alto artigianato* è stata molto importante nelle fasi iniziali del design italiano, perché gli ha consentito di non appiattirsi sulle forme monologiche della geometria neo-plastica, ma ha permesso di sperimentare nuovi linguaggi più vicini all'arte applicata e alla decorazione moderna, lavorando spesso a stretto contatto con i movimenti di avanguardia.

In questo contesto di collaborazione tra design e piccole e medie industrie, si è sviluppata una specifica tradizione italiana legata alla realizzazione di produzioni di *Piccole Serie* e di *Serie Numerate*. Queste tipologie produttive si

* Architetto e Designer. E' stato fino al 2009 professore ordinario e presidente del corso di studi in Design degli interni alla Facoltà di Design del Politecnico di Milano. Nel 2008 ha ricevuto la laurea *honoris causa* dalla Sapienza Università di Roma.

Il design arma vincente del made in Italy

sono intrecciate, a partire dagli anni '80, con il mercato delle *Gallerie di Design* e con il fenomeno del collezionismo internazionale e corrispondono oggi a una particolare strategia industriale volta a affrontare il frazionamento dei mercati, al fine di limitare i rischi della produzione di grandi numeri. Pionieri di questa strategia imprenditoriale sono state Azucena e Gavina, ma durante gli anni '80 molte importanti imprese hanno affiancato al loro Marchio principale una collezione di prodotti più sperimentali destinati a cataloghi di complementi di arredo, a cominciare da Artemide con la sua collaborazione (esterna) con Memphis, a Cassina con "Braccio di Ferro" e Zanotta con "Zabro".

La *Piccola Serie* e la *Serie Numerata* giungono poi a fungere da imprese pilota realizzando offerte avanzate che indicano alla *Produzione di Grande Serie* nuovi percorsi merceologici e nuovi territori dell'immaginario, ma rispondendo anche alle necessità specifiche di piccoli mercati specializzati. Si possono ricordare casi tra loro opposti di piccole serie numerate, come Edra per alcune sedute dei fratelli Campana.

La produzione di Grande Serie di prodotti di design in Italia è dunque costituita da oggetti che sono spesso il risultato di storie diverse e appartengono a differenti categorie merceologiche. Nel settore dell'arredamento queste storie diverse sono il risultato di molti fattori: il successo popolare di un prodotto destinato inizialmente a una produzione limitata (come il "City" di Antonio Citterio per B&B, il "Maralunga" di Vico Magistretti per Cassina, lo sgabello "Bombo" di Giovannoni per Magis, le lampade "Tizio" di Richard Sapper per Artemide, prodotti in centinaia di migliaia di pezzi); e quindi non sempre il risultato di importanti investimenti in ricerca tecnica o di una approfondita analisi di mercato, ma molto spesso frutto di intuizioni geniali di singoli designer. Non programmati dunque

per la "Grande Serie", ma destinati (al contrario) quasi ai "Fuori Serie"; due categorie che nel design italiano sono sempre state molto vicine e spesso si sono scambiate di ruolo.

In altre situazioni il successo commerciale è stato il risultato di geniali intuizioni strategiche come nel caso (primo in Europa) di Alessi che si è spostata dal settore della strumentazione domestica, a quella del *regalo*, cioè produttore di oggetti funzionali ma dotati di una carica espressiva particolare, che ha trasformato il tradizionale (e limitato) acquisto del prodotto nel vasto calendario di occasioni del *dono*. Esemplare in questo senso la produzione Alessi di oggetti "animisti" di Stefano Giovannoni, Guido Venturini, Miriam Mirri, Massimo Giaccon, Alessandro Mendini.

Per concludere, una delle chiavi del successo popolare del design italiano fin dall'immediato dopo-guerra è consistita nella sua capacità di nascere come prodotto teoricamente "Di Serie", immaginato cioè per una produzione di massa, ma di fatto di presentarsi sempre come un prodotto "Fuori Serie", cioè un'eccezione, un segno di modernità e di eleganza all'interno di un ambiente domestico e di una città che non possedevano le stesse qualità e la stessa logica.

Infine, la *Serie variata*, che sintetizza tutte le tipologie produttive perché attraverso l'uso dei robot è in grado di "produrre in serie i fuori serie", supera oggi la differenza tra progettista, consumatore e produttore: il consumatore elabora la propria variante di un prodotto di base, che il produttore realizza in tempo reale. Il punto vendita diventa il luogo del progetto e la fabbrica il terminale di un circuito creativo che non ha più un centro.

Il design sperimentale e la grande serie coincidono.

Tabella I - I principali 10 mercati per l'export italiano di mobili nel 2011

(valori in milioni di euro)

	2010	2011	Var. %
Francia	1.331	1.379	3,6%
Germania	997	1.045	4,8%
Regno Unito	675	657	-2,6%
Russia	537	597	11,2%
Stati Uniti	425	449	5,6%
Svizzera	367	403	9,9%
Spagna	322	309	-4,0%
Belgio	250	260	4,2%
Austria	135	143	6,5%
Paesi Bassi	141	143	1,5%

Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati Istat.



FONDAZIONE
EDISON

Approfondimenti Statistici

QUADERNO N° 105, MAGGIO 2012

Coordinamento scientifico: Marco Fortis

Direttore Responsabile: Beatrice Biagetti

Redazione: Stefano Corradini, Monica Carminati, Manuela Mazzoni, Cristiana Crenna

Realizzazione grafica: Stefano Corradini

Registrazione Tribunale di Milano n° 919 del 2 dicembre 2005

Direzione, Redazione, Amministrazione:

Foro Buonaparte, 31 - 20121 Milano

Tel. +39.02.6222.7455

Fax. +39.02.6222.7472

info@fondazioneedison.it

<http://www.fondazioneedison.it>