

DESIGN & ARREDAMENTO

**IL SALONE FA IL BIS
(E SPINGE LA RIPRESA):
A MARZO IN DIGITALE,
A SETTEMBRE DAL VIVO**

di **Enrica Roddolo** 28

DESIGN SENZA FRONTIERE E IL SALONE «RADDOPPIA»

Claudio Luti: «Quello del Mobile torna a settembre 2021, ma già a primavera sarà online»

Ecommerce strategico per arrivare lontano, fino in Cina. Adesso aiuti alla filiera»

di **Enrica Roddolo**

«Il Salone del Mobile ripartirà a settembre 2021, ma già a primavera vareremo il Salone digitale che preparerà l'edizione fisica 2021, eccezionalmente a fine estate», anticipa a *L'Economia*, **Claudio Luti** numero uno del Salone del Mobile. «Le imprese del design e arredo non potevano restare due anni senza un Salone e al tempo stesso dovevamo mettere in sicurezza la nuova edizione». La filiera del Legno-Arredo in Italia, rappresentata da Federlegno, conta 311 mila addetti e ha realizzato nel 2019 un valore di produzione di 42,5 miliardi di euro, di cui 16,6 miliardi destinati all'export (il 39% della produzione). Un saldo commerciale attivo di 8,1 miliardi di euro (dai dati del Centro Studi FederlegnoArredo).

Come si è mosso il Salone per trovare una soluzione 2021 funzionale alle imprese?

«Lavorando sottotraccia con il presidente di Fiera Milano, Carlo Bonomi, Enrico Pazzali della Fondazione Fiera e il nuovo ad di Fiera, Luca Palermo, per riuscire a entrare nel calendario di settembre. Risultato: la sessantesima edizione del Salone 2021 si terrà, non come tradizione ad aprile, ma dal 5 al 10 settembre».

Aprirà un autunno nel segno del Made in Italy, seguito a ruota dalla settimana della moda di Milano?

«Sarà una ripartenza corale del Made in Italy, per questo contiamo sulle istituzioni, siamo in contatto con Ice per un Salone con molte presenze e molte aziende e per questo serviranno voli, collegamenti internazionali e non solo».

E nel 2022?

«Credo ritorneremo in Fiera in primavera, chiediamo invece uno sforzo di adattamento per il 2021».

Cosa serve al mobile italiano e a quello

della Brianza nel 2021 post pandemia?

«Il Salone è il primo strumento per esportare e se per le aziende grandi è facile accedervi, vorrei aiuti per le piccole. Poi la Lombardia è unica con i suoi distretti design, come tutti i distretti del mobile dal Veneto a Emilia, Marche, Toscana fino al Sud. E in Brianza la filiera funziona decisamente bene».

Dall'ultimo Rapporto Federlegno/Arredo 2020 il peso del settore sulla manifattura regionale della Lombardia è importante. L'export vale 3,5 miliardi e quello del legno 538 milioni. E non parliamo solo di Monza e la Brianza, ma anche di Milano, Bergamo, Como e a scendere Brescia, Varese...

«Sì esatto. Ma non sono tutte grandi realtà del design, che peraltro dovrebbero aiutare le aziende piccole della filiera che in fase di post pandemia hanno sofferto di più. La prima richiesta al governo è che ora

i negozi non chiudano più perché deve funzionare tutta la filiera, dalla produzione al punto vendita. Anche se nel futuro del settore c'è un peso crescente per l'e-commerce. Non a caso stiamo lavorando all'edizione digitale del Salone che vorrei pronta a partire già in primavera, per poi raccogliere il testimone in autunno dopo la fiera fisica, per consentire così di tenere aperto il Salone tutto l'anno».

Digitale e globale, sono le due leve di svolta per il settore?

«E una può aiutare l'altra: il digitale che ormai deve fare parte del dna di ogni azienda, può aiutare le piccole ad andare all'estero. E l'estero è la prospettiva a cui guardare».

Non a caso da anni il Salone esporta il format in Russia e Cina. Nel 2021 tornerà anche a Mosca e Shanghai?

«La Cina per il design sarà sempre più im-



portante, così come è già stato per la moda. Ora lavoriamo per capire come fare con le date 2021: Mosca a ottobre forse sarà molto ravvicinata all'appuntamento di Milano a settembre, vedo più probabile Milano Shanghai, il nostro appuntamento in Cina di fine novembre. Pechino ormai è strategica per le aziende lombarde, e non solo, che esportano sempre più lontano. **Ma fra le aziende c'è chi ha sofferto.**

«Sì, chi lavorava molto con il contract, hotel o ristoranti, ma sono comunque investimenti in ritardo, ma arriveranno. Il residenziale, con la riscoperta della casa, è invece subito ripartito di slancio».

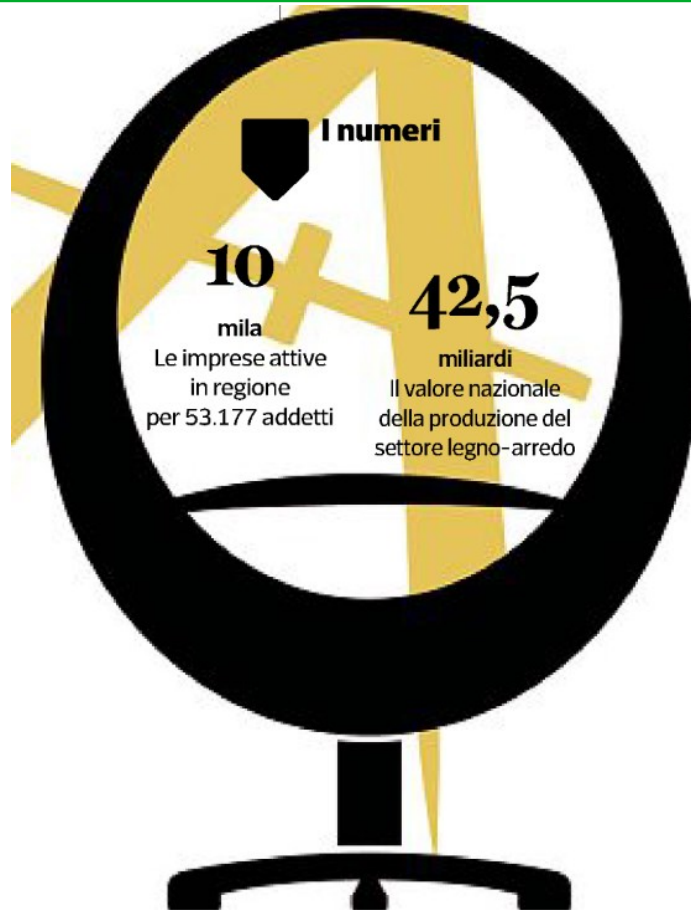
Kartell, la sua azienda lombarda, è stata apripista globale, con le collaborazioni con la moda e poi la svolta online...

«La prima volta digital fu 7 anni fa ma abbiamo continuato ad aggiornarci. E a sperimentare, nuovi materiali e soluzioni».

Il futuro?

«Anche per Kartell sarà continuare ad andare ovunque nel mondo, dialogare con la moda e con i designer per ampliare ancora la gamma di sperimentazioni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Presidente

Claudio Luti, numero uno del Salone del Mobile di Milano e alla guida di Kartell, l'azienda di Noviglio (Milano)