

Rapporti

24 ORE

18/04

2023

Congiuntura

Dopo anni di boom la domanda interna subisce un arresto. E l'export punta verso nuovi mercati — p. 4-10

La rassegna

Il Salone torna globale: exploit di visitatori da Cina e Usa. Ed EuroLuce si rinnova nel format — p. 22-24



In edicola

Il nuovo HTSI sarà in edicola venerdì 21 aprile con lo speciale Superior Interiors dedicato all'arredo — p. 37



Il mobile cerca al Salone un nuovo slancio

Scenari. FederlegnoArredo stima per l'industria dell'arredamento un 2023 ancora in crescita del 5%, grazie alla spinta dell'export, mentre il mercato interno potrebbe risentire negativamente del depotenziamento dei bonus edilizi. Nei prossimi anni il settore richiederà 18mila addetti: la formazione diventa cruciale

Giovanna Mancini

Un anno «riflessivo». Di assestamento e transizione verso quella «nuova normalità» tanto spesso evocata dopo la pandemia. Il 2023 è iniziato senza la brusca frenata che molte aziende dell'arredamento temevano, considerate le promesse dell'economia globale, con un'inflazione fuori controllo, prezzi dell'energia e delle materie prime non ancora tornati ai livelli «normali» e l'attuazione di politiche monetarie restrittive da parte delle banche centrali, senza contare il perdurare della guerra in Ucraina e le conseguenti tensioni geopolitiche. Il rallentamento degli ordini c'è e del resto era prevedibile, dopo due anni di mercato alle stelle, con una domanda tanto esuberante da rendere difficile, per molte aziende, stare dietro agli ordini. Ma, almeno per la prima parte dell'anno, il settore beneficerà della coda lunga dei contratti siglati lo scorso anno e dunque le prospettive delle aziende restano positive. Il Monitor di FederlegnoArredo (basato su un campione di circa 450 grandi aziende) stima per l'industria dell'arredamento una chiusura d'anno ancora in crescita del 5%, grazie soprattutto ai

mercati esteri, mentre il mercato interno potrebbe risentire negativamente del depotenziamento dei bonus edilizi e in particolare del bonus mobili, anche se, come accennato, la frenata dovrebbe essere compensata dalla chiusura di progetti già avviati. «È un dato positivo, soprattutto se si pensa che arriviamo da due anni davvero eccezionali», osserva il presidente di FederlegnoArredo (Fla), Claudio Feltrin. Dopo la crescita record del 2021, il 2022 ha chiuso con un aumento del 12,6% per l'intera filiera, che ha raggiunto i 56,5 miliardi di euro di fatturato alla produzione, e dell'11% per il macrosistema arredamento, che ha sfiorato i 29 miliardi. Va detto, precisa Feltrin, che gli incrementi del 2022 devono essere depurati dall'effetto inflazione: il centro studi Fla ha stimato che, mettendo a confronto l'indice della produzione industriale con quello del fatturato dell'industria, emerge un gap di oltre 11 punti per le aziende del mobile, con ricavi aumentati del 12,1% e una produzione cresciuta appena dello 0,8%. Una precisazione necessaria, che nulla toglie tuttavia all'ottima performance che l'industria italiana dell'arredamento (21.750 imprese e 140.300 addetti) è riuscita a mettere a segno dopo la pandemia, in linea

con la crescita dell'intera filiera, passata dai 43 miliardi di euro di fatturato nel 2019 agli attuali 56,5 miliardi. «La mia sensazione è che in questi primi mesi dell'anno stiamo ancora subendo gli effetti positivi del 2022 e non riusciamo a percepire completamente quella normalizzazione del mercato che, prima o poi, inevitabilmente arriverà», dice ancora Feltrin. «Credo che torneremo, verso la fine del 2023, a una domanda e a consumi più bilanciati e su questo nuovo scenario potremo pianificare le nostre politiche di investimento. Non penso che gli investimenti rallenteranno, ma è probabile che saranno riorientati, con una maggiore attenzione ai temi della transizione ecologica e digitale. Mi aspetto più investimenti sugli impianti e sui processi non per aumentare la capacità produttiva, come avvenuto negli ultimi due anni di domanda elevata, ma per sostenere la qualità e la sostenibilità». Anche gli investimenti sui mercati esteri stanno registrando una rimodulazione: la pandemia, prima, e la guerra in Ucraina, poi, hanno ridisegnato la mappa dell'export di mobili italiani: «Ci vorranno 2-3 anni per capire quali mercati abbiano sostituito la Russia, che nel 2023 era il quarto Paese di destinazione e nel 2022 è

uscita dalla top ten», spiega Feltrin. Tuttavia, alcuni indizi sono già evidenti. La crescita inarrestabile degli Stati Uniti, per esempio, che lo scorso anno hanno raggiunto un valore di 1,9 miliardi di euro, in aumento del 25,5% rispetto al 2021, sottraendo alla Germania il secondo posto nella classifica dell'export. O l'ingresso nella top ten degli Emirati Arabi Uniti. Infine, un cenno almeno va fatto al tema, cruciale, della formazione delle figure professionali necessarie ad accompagnare il profondo mutamento in atto nell'industria dell'arredamento: «Abbiamo stimato che nei prossimi 3-4 anni, se l'incremento del mercato confermerà le nostre attese, avremo bisogno di inserire 15-18mila nuovi lavoratori per fare fronte allo sviluppo delle aziende», spiega il presidente Fla, riferendosi all'intera filiera. «È una sfida importantissima. Perché possiamo fare i nostri mobili nel modo migliore, possiamo adeguarci alla transizione ecologica e digitale, possiamo venderli in tutto il mondo, ma abbiamo bisogno delle persone per produrli. Non solo designer e tecnici, ma anche operai specializzati, che sono difficilissimi da reperire sul mercato».

Rapporti Design

1932

LA RIVOLUZIONE DI OLIVETTI
Sono passati 91 anni dalla nascita della MP1, prima macchina da scrivere portatile, pensata non solo per gli uffici ma per entrare nelle case

Fluidità e colore nei nuovi arredi ibridi dove cadono le barriere tra casa e ufficio

Versatilità. In seguito alla pandemia e all'innovazione tecnologica le modalità di lavoro sono sempre meno schematiche e assorbono stili e caratteristiche del residenziale. Morbidie e finiture alleggeriscono gli ambienti

Antonella Galli

Nella rapida trasformazione che sta investendo il settore degli arredi per i luoghi di lavoro le parole guida sono due: fluidità e colore. Incrociandole, si individua la direzione intrapresa da questa area progettuale e produttiva che fino a qualche anno fa era ritenuta un mondo a parte.

Ora è in corso - complice il lungo periodo pandemico e le evoluzioni tecnologiche - un'ibridazione senza precedenti con tendenze, stili e caratteristiche propri del residenziale. Le ragioni sono note: il tempo e i modi del lavoro sono sempre meno schematici, l'operatività è continua, a casa come in viaggio, negli hotel come nei locali pubblici, senza orari prefissati. Gli uffici finalmente assorbono il briv e il colore che un tempo si riservava alle case, con morbidezze e finiture che alleggeriscono e rallegrano gli spazi.

Ne è una prova il percorso di Mara, azienda fondata oltre sessant'anni fa a Brescia, oggi sulla cresta dell'onda per le proposte nel settore operativo, con una propensione ad ampliarsi agli spazi residenziali e contract. Il colore caratterizza le proposte più recenti, grazie a una palette che include il rosso scarlatto e vari toni di rosa, fino al blu notte, che saranno in mostra al Salone, tra i modelli in evidenza, il tavolo Follow Meeting Large, parte della grande famiglia Follow, prima collezione al mondo di tavoli regolabili

in altezza con sistema meccanico. Follow Meeting Large spicca per le dimensioni (fino a 3 metri x 1,40) e per la doppia base in acciaio, grazie a cui si trasforma da base operativa a spazio di interazione e convivialità, attorno a cui incontrarsi.

Il colore è anche l'elemento distintivo delle proposte di Fantin, azienda specializzata in arredi e complementi in metallo, che ha avviato con il designer Giulio Iacchetti la collezione Plug, nome ispirato dal dettaglio delle giunture in tubolare, che quasi si abbracciano nella intersezione tra elementi verticali e orizzontali.

Salvatore Indriolo, direttore creativo di Fantin, sottolinea come «l'introduzione del tubo a sezione tonda, punteggiato dall'innovativo abbraccio delle giunture, si distacca dalle precedenti collezioni - fatte da telai a sezioni ortogonali - allargando un'offerta contraddistinta sempre da prodotti funzionali e di assoluta pulizia formale». Al primo elemento della collezione, un tavolo dotato di accessori come il gancio per la borsa, il portapenne e il vaso contenitore, si aggiunge quest'anno una serie di sgabelli con piatto circolare e struttura in tubolare, realizzabili in trentacinque colori ottenuti con vernici a polvere atossiche. Le belle tinte e la morbidezza delle linee rendono i pezzi di Plug trasversali nell'uso e nell'ambientazione, così come la nuova sedia contenitore Semton, proposta da Arper, su disegno di Garcia Camini, un sistema personalizza-

zabile composto da una base in alluminio che supporta moduli contenitori in diverse altezze e configurazioni (con ante o senza, con scaffalature aperte o chiuse su un lato). La personalizzazione avviene anche attraverso i colori dei pannelli o le impiallaccature in legno con cui realizzare le finiture superficiali. Si pongono trasversalmente ad ambienti e situazioni, dal resi-



denziale al contract, all'ufficio, anche le nuove sedute della collezione Carelli di Segis, firmate da Alejandro Valdés, che l'azienda senese presenterà in fiera. Lineari, leggere, condottevoli, le sedute imbottite a uno o due posti inseriscono sulla struttura in tubolare verniciato, completata da braccioli in massello o multistrato, una morbida superficie continua ed ergonomica. Anche qui il colore rappresenta un'opzione rilevante, grazie a un ventaglio ampio di possibilità, che abbracciano anche tinte squallanti come il giallo, il verde e il rosso.

«Abolita la distinzione tra spazi, più armonia e flessibilità»

**Il caso
Alias**

Alias è un avverbio latino che significa altrove, in un altro momento, o anche altrimenti. Ma è anche il nome di un'azienda che ha fatto la storia del design italiano, fondata nel 1979 a Grumello del Monte (Bergamo) da Enrico Baleri, Carlo Francesco Porciani, Giandomenico Belotti. Al debutto Alias presentò al pubblico la collezione Broomstick di Vico Magistretti e la sedia Spaghetti dello stesso Belotti, oggi parte della collezione permanente del MoMA di New York. Da allora i prodotti simbolo furono tanti e firmati da nomi come Mario Botta, Riccardo Blumer, Jasper Morrison, Philippe Starck, tutti collocati tra sperimentazione e arte, tra trasversalità e leggerezza tecnologica, con una produzione diversificata tra arredi per il residenziale, outdoor e gli spazi professionali.

Il Salone 2023 rappresenta per Alias il rilancio dell'identità del brand sul palcoscenico internazio-

nale, dopo che il proprietario e presidente Beat Zaugg ha deciso di affidare la riorganizzazione delle scelte produttive e della comunicazione al designer David Lopez Quincoces e Francesco Meda, insieme a Studio Tempo per la grafica. Per Francesco Meda Alias è nato come brand di rottura, ed è in quello spirito che va rivitalizzato: «Il pensiero delle origini - afferma Meda - voleva che il design degli arredi Alias fosse contaminato da altre forme d'arte, si lavorava con pittori e artisti come Emilio Tadini e Gianfranco Pardi. Alias era un'azienda pionieristica. Vogliamo far rivivere quello spirito,

senza essere legati alle tendenze o al mercato, solo concentrando sul prodotto». Il nome Alias, quindi è affiancato dal claim inglese "something else": «La distinzione tra ufficio, residenziale e outdoor non c'è più», continua Meda sul tema degli arredi per il lavoro, «la differenza di spazi va annullandosi. I prodotti di Alias vivono in armonia tra loro e con tutti i contesti. Oggi un prodotto da ufficio può entrare nella casa e viceversa: non ci sono più barriere, nemmeno a livello progettuale. I prodotti sono flessibili nell'uso perché l'ambiente di lavoro è sempre più simile e vicino al mondo della casa. In generale le persone abitano più volentieri ambienti che, come la casa, trasmettono sicurezza, comfort, familiarità», conclude il designer. L'azienda riparte, quindi, dal suo ricchissimo catalogo, con una revisione delle finiture e coordinazioni di pezzi ancora attuali: simili come la cassettiera Robot di Mario Botta del 1989, un pezzo che può essere collocato in ogni ambiente, dallo studio all'ufficio, dalla camera da letto al living.

-An.Gal.



FRANCESCO MEDA
Il designer di Alias
«La differenza va annullandosi, si cercano ambienti familiari»

