

Salone del Mobile al via con oltre 2.100 espositori

Giovanna Mancini



Uno strumento di politica industriale e di internazionalizzazione, ma anche un grande ecosistema che integra business e cultura. Proprio la capacità di unire questi aspetti, diversi ma complementari, conferma il ruolo strategico del Salone del Mobile di Milano come leva per lo sviluppo del settore, più che mai importante in tempi di congiuntura difficile e incertezza sui mercati globali.

L'edizione numero 63 della più grande manifestazione internazionale del design, che si terrà dall'8 al 13 aprile negli spazi di Fiera Milano, a Rho, registra infatti il tutto esaurito, con oltre 2.100 espositori, tra cui 168 brand che espongono per la prima volta e 91 che fanno ritorno in Fiera. Il 38% delle aziende in mostra arriva dall'estero (da 37 Paesi) e tale percentuale sale al 45% se si considerano i 306 espositori presenti alla biennale Euro luce. Per quanto riguarda i visitatori, il Salone si prepara ad accogliere operatori professionali da 150 Paesi. I numeri della biglietteria non sono ancora noti, spiega la presidente del Salone, Maria Porro, che precisa: «Il nostro obiettivo non è un incremento dei visitatori. Ci interessa portare in fiera buyer selezionati e creare reali occasioni di business per le aziende. Abbiamo lavorato molto, anche in collaborazione con Ice, per raggiungere i mercati che rappresentano un'opportunità, come l'India e gli Emirati Arabi Uniti, che sono in fortissima crescita, ma anche gli Stati Uniti, su cui c'è una grande incognita, che non dipende da noi».

Il tema dei mercati esteri e della necessità per le imprese di disegnare nuove geografie è del resto fondamentale in questo momento storico, aggiunge Claudio Feltrin, presidente di FederlegnoArredo: «L'export, da sempre motore della nostra crescita, sta vivendo un rallentamento che impatta sui principali mercati di riferimento, a partire da Germania e Francia, e le politiche protezionistiche annunciate da Trump non aiutano. Nel nostro settore, ad esempio, i dazi sull'acciaio ci stanno colpendo in parte, perché tutti i prodotti esportati devono essere identificati,

comprese le parti in acciaio, e questo rende più complicato e lento il processo, in una situazione di mercato già di per sé non favorevole».

Il Centro studi Fla ha rilevato per il 2024 un calo del 2,1% delle esportazioni per la filiera legno-arredo nel suo complesso (19,4 miliardi di euro di export su oltre 51 miliardi di fatturato), mentre il solo comparto dell'arredamento ha perso l'1,8% di vendite all'estero, che si attestano a 14,4 miliardi di euro (su 27,5 miliardi di fatturato). Numeri tutto sommato contenuti, rispetto ad altri settori industriali, ma comunque negativi. I principali mercati di sbocco dei mobili italiani (Francia e Germania, ma anche Cina) frenano, mentre gli Stati Uniti tengono, ma con la spada di Damocle dei dazi. Registrano invece consistenti incrementi gli Emirati Arabi Uniti (+22,2%) che superano la Cina nella top ten dell'export, salendo al settimo posto. E il 2025, su cui si erano riposte le speranze degli imprenditori, si è aperto con lo stesso scenario geopolitico che genera incertezza e preoccupazione. «Servono – conclude Feltrin – strumenti di internazionalizzazione per esplorare nuove destinazioni».

Tra le novità di quest'anno, il primo EuroLuce Lighting Forum, in programma il 10 e 11 aprile, che rafforza il percorso di cambiamento della manifestazione avviato due anni fa, spiega il presidente di Assoluce, Carlo Urbinati: «Il nostro obiettivo è diventare sempre più attrattivi per aziende e professionisti specializzati anche in ambito architettuale, oltre che decorativo, ma anche contribuire a generare cultura, idee e visioni sulla luce e il suo utilizzo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA