

Corriere della Sera - Lunedì 14 Aprile 2025

Il Salone conferma

300 mila presenze

Record di stranieri

«Andiamo avanti, cercando nuovi mercati»

Grande successo delle proposte culturali

Previsioni centrate. Trecentomila, anzi 302.548 visitatori al Salone del Mobile. Nonostante il panico per i dazi di Trump. Nonostante le defezioni dei cinesi. Nonostante le assenze eccellenti dalla fiera (da Molteni a Flexform). Il Salone del Mobile (ieri la chiusura) tiene. E si tiene strette le trecentomila presenze — di cui il 68 per cento stranieri da 151 Paesi, un record — che in sei giorni hanno attraversato i padiglioni. «Siamo per la qualità, contro la quantità», è la lezione in arrivo da Rho. Anche se in città, per il Fuorisalone, i numeri sono da primato: solo nei chioschi della Statale per la mostra di Interni sono passati in 250 mila. Erano 240 mila nel 2024.

Trecentomila al Salone. Erano circa 370 mila nel 2024 (anno di cucina e bagno), 307 mila nel 2023 (con la biennale sulla luce). La presidente Maria Porro commenta: «Questa edizione è stata un faro in un 2025 di sfide globali, ha dimostrato forza e visione». E dopo avere ascoltato le parole «anti panico» del ministro Antonio Tajani collegato con la Fiera da Osaka, e di Claudio Feltrin, presidente di Federlegno, la responsabile del Salone spiega: «Abbiamo attraversato Covid, guerre, minacce commerciali. Ma siamo andati avanti. Cercando nuovi mercati, alzando il livello, investendo sulla cultura con i progetti di Bob Wilson e Paolo Sorrentino (sold out) e di Es Devlin (95.300 ingressi)». Il primo Paese per visitatori è la Cina con una leggera flessione sul 2023 e un netto calo sul 2024. La Top ten: Germania al secondo posto, in crescita Spagna e Polonia. Seguono Brasile, Russia, Francia, Stati Uniti, India e Svizzera.

Mantenere il focus sul lavoro. È il tema su cui insiste anche Claudio Luti, presidente di Kartell (50 mila gli ingressi al suo stand in Fiera): «Viva il Salone. Lo sosteniamo e chiedo a tutti di farlo. È il posto dove bisogna essere: aziende, giovani designer, archistar, giornalisti e operatori. Abbiamo ricevuto clienti da tutto il mondo. Di certo quelli che sono venuti qui a Rho, contenti di poter ammirare creatività e innovazione, non sono quelli che fanno la fila a Milano». Il riferimento è al boom di code per visitare installazioni e showroom in città (da Brera a Porta Venezia, dalle dimore storiche — 52 mila a Palazzo Litta — ai musei). «È arrivato il momento — chiude Maria Porro — che tutti promuovano le azioni necessarie perché Milano continui ad alimentare il successo della rassegna puntando sulla qualità dell'offerta e il contenimento delle distorsioni che ne mettono a repentaglio la tenuta, nell'ambito dell'ospitalità, dei servizi, dell'impatto sulla cittadinanza». Se ne discuterà nei prossimi giorni in vista del Salone 2026: dal 21 al 26 aprile.

A. Sac.