

Salone del Mobile, la guerra in Iran non ferma espositori e visitatori

Giovanna Mancini



Qualche azienda teme un Salone del Mobile (in programma dal 21 al 26 aprile prossimi) sotto tono, a causa della crisi in Medio Oriente, che potrebbe impedire l'arrivo a Milano degli operatori provenienti dall'area coinvolta nel conflitto – in particolare gli Emirati Arabi Uniti – o che dovrebbero transitare per il Golfo per raggiungere l'Italia.

Al momento, però, i numeri ufficiali sembrano rassicuranti: «Le vendite della biglietteria sono in linea con quelle dello scorso anno a un mese dall'evento – spiega la presidente del Salone, Maria Porro –. Quindi non abbiamo segnali significativi di disdette da parte dei visitatori, anche se è inevitabile che, se la situazione non dovesse migliorare, un calo di presenze dai Paesi più coinvolti ci sarà». Ma i visitatori dagli Emirati rappresentano appena l'1,3% delle presenze totali, fanno sapere dal Salone. La maggioranza arriva dall'Europa, molti provengono dal Sud America o dagli Stati Uniti, che stanno dando buoni segnali. Anche i buyer dall'India e dall'Estremo Oriente dovrebbero riuscire ad arrivare: «Molti stanno cercando soluzioni alternative per arrivare – aggiunge Porro – e del resto le compagnie aeree stanno riorganizzando le tratte».

Volare sarà più costoso, e quindi alcuni clienti potrebbero ridurre il numero di persone che mandano a Milano, «ma c'è voglia di essere al Salone», assicura Porro. Gli stessi organizzatori sono in costante contatto con la Farnesina e le ambasciate, per risolvere le problematiche, ma anche per gestire eventuali rinunce da parte dei buyer invitati attraverso il programma di incoming di Ice e

riorganizzare gli inviti su altri player, dato che, come ogni anno, le richieste di partecipazione al programma superano i posti disponibili». Sul fronte degli espositori, invece, solo un'azienda libanese ha per ora annullato la partecipazione.

La conferma di questa situazione di attesa arriva dagli albergatori: «A oggi non registriamo cancellazioni significative - dice Maurizio Naro, presidente di Federalberghi Milano -. Se la crisi dovesse prolungarsi, alcune disdette saranno inevitabili, ma arriveranno all'ultimo momento».

Non diversa è la testimonianza delle aziende espositrici. «Non abbiamo riscontro di disdette da parte dei clienti dell'area del Golfo, che sono per lo più in attesa di ulteriori sviluppi e stanno monitorando l'evolversi della situazione - dice Fabiana Scavolini, amministratrice delegata di Scavolini -. Nonostante l'attuale incertezza legata ai collegamenti aerei, restiamo fiduciosi nella possibilità che riescano a partecipare al Salone». Non rileva disdette ufficiali nemmeno Davide Malberti, ceo di Rimadesio: «Si registra piuttosto un atteggiamento di maggiore attenzione, con alcune richieste di aggiornamento e chiarimento, in particolare da parte di operatori provenienti dall'area del Golfo e da alcuni mercati asiatici. Tuttavia, allo stato attuale, il quadro complessivo rimane stabile». Anche Beniamino Garofalo, amministratore delegato di Unopiù, non ha evidenza di disdette, «ma ci aspettiamo una minor affluenza da clienti e architetti dall'area Golfo», ammette.

Per Jamila Abdallah, responsabile del mercato Middle East di Listone Giordano, «Prevale una situazione di attesa, ma mentre i dealer hanno per ora confermato la loro presenza i designer sono divisi tra chi cercherà in ogni modo di arrivare a Milano e chi, invece, ha già deciso di rimandare al prossimo anno. Il problema riguarda soprattutto gli Emirati». Conferma Massimiliano Messina, presidente di Flou: «Tanti clienti dell'area del Golfo hanno disdetto, ma il problema non riguarda per ora altre geografie. Anzi: abbiamo segnali di ripresa dalla Cina e crediamo che, in vista dell'accordo con il Mercosur, ci sia un crescente interesse da parte del Sud America».

I timori delle imprese riguardano soprattutto gli effetti della guerra in senso più ampio su uno dei mercati più promettenti. Tra gennaio e novembre 2025, le esportazioni di arredo verso il Medio Oriente hanno generato 1,8 miliardi di euro di valore (dati FederlegnoArredo), di cui quasi 432 milioni negli Emirati e 205 in Arabia Saudita (proprio a Riyadh, il prossimo novembre è in

programma uno spin-off del Salone, la cui “edizione zero” si è tenuta con grande successo lo scorso autunno).

«La preoccupazione è forte – ammette Claudio Feltrin, presidente di FederlegnoArredo – ma al momento non registriamo segnali evidenti di rallentamento». Tutto dipenderà dalla durata della guerra: un prolungarsi del conflitto porterebbe infatti, «nel medio-lungo termine, a un’impennata dei costi di trasporto, oltre alle difficoltà logistiche per assicurare i rifornimenti nei magazzini, per compensare l’allungamento dei tempi di consegna», aggiunge Feltrin.

© RIPRODUZIONE RISERVATA