

Al Salone del Mobile è il giorno dei buyer Metà adesioni dall'estero

Grandi eventi

Espositori soddisfatti: arrivi superiori alle attese, anche di operatori professionali

Anche in formato ridotto, l'evento è un catalizzatore d'interesse da tutti i Paesi

Giovanna Mancini

«Abbiamo un riscontro superiore alle aspettative: c'è molta gente e non si tratta soltanto di clienti finali. Stiamo vedendo anche tanti operatori, oltretutto da Paesi che non ci saremo aspettati, come Stati Uniti e Canada». Massimiliano Messina è il presidente di Flou, una delle 425 aziende dell'arredo-design che in questi giorni espongono al Supersalone, edizione speciale del Salone del Mobile di Milano, in corso alla Fiera di Rho fino a venerdì. «Credo che molti non sarebbero venuti da così lontano se non ci fosse stato questo evento – aggiunge Messina –. E questo dimostra che la forza del Salone che, anche in un formato ridotto o inedito, riesce sempre a catalizzare l'interesse di tutto il mondo».

Dello stesso avviso Andrea Sasso, presidente e ceo del gruppo Italian Design Brands, che ieri era in fiera ma domenica è stato negli showroom cittadini delle aziende del gruppo: «Il pubblico in città è lo stesso che generalmente viene in fiera e che, ne sono convinto, non sarebbe venuto senza il Supersalone – dice –. È stato un *teaser* fantastico. È tornata gente che non si vedeva da due anni». Idb ha ricevuto molti buyer anche in fiera: «Soprattutto europei – precisa

il managing director Giorgio Gobbi –. Ma anche qualche russo e poi tre agenti locali di buyer cinesi, con cui poi abbiamo fatto i collegamenti via web. Alla fine, moltissimi contatti di

lavoro e abbiamo anche portato a casa dei progetti».

«In qualunque sua forma, questo evento crea i presupposti per far venire a Milano visitatori da tutto il mondo – commenta Claudio Feltrin, presidente di FederlegnoArredo, l'associazione delle imprese del settore che è anche proprietaria del Salone del Mobile –. La metà delle adesioni finora ricevute proviene dall'estero. Per questo dobbiamo saperlo conservare e custodire con cura».

È presto per dire se questa sia solo una sensazione o se sarà confermata dai fatti, osservano prudentemente gli organizzatori, ma girando tra gli stand, soprattutto nella giornata di ieri, saltano agli occhi i tanti trolley dei visitatori e alle orecchie le tante lingue parlate. «Abbiamo contato 120 Paesi – spiega Maria Porro, presidente del Salone del Mobile –: soprattutto da Francia, Germania e altri Paesi europei, ma ci sono anche diversi americani». E poi ci sono gli oltre 250 buyer internazionali invitati attraverso il programma sostenuto dall'Agenzia Ice, che arrivano da 50 Paesi, tra cui Stati Uniti e Giappone, come ricorda il presidente di Ice Carlo Ferro.

Molti espositori hanno organizzato la propria partecipazione al Supersalone con l'idea che la presenza in fiera fosse più che altro una vetrina, un "ponte" per portare i buyer nello showroom aziendale. In effetti, la parte commerciale, quest'anno, avverrà principalmente negli

showroom aziendali, almeno per le aziende che ne hanno uno in città o nella vicina Brianza. Tuttavia, molti operatori si stanno presentando anche in fiera e sembrano apprezzare la formula "democratica", aperta, dell'allestimento concepito dal curatore Stefano Boeri assieme a un team internazionale di progettisti, che le aziende espositrici hanno interpretato in modo molto creativo e differenziato. «È stata una bella sfida per noi aziende, un'occasione per metterci in gioco con qualcosa di nuovo, di diverso», ci racconta Gian Paolo Nespoli, amministratore delegato di Desalto, che non nasconde l'iniziale scetticismo per la formula del Supersalone, ma ora si dice soddisfatto: «È stato anche uno stimolo per superare le paure e l'incertezza di questi mesi, ne avevamo tutti bisogno».

Ma «il Salone è il Salone», fa notare Marco Borghetti, amministratore delegato dell'azienda Effe: «Questo formato eccezionale, per un anno eccezionale, non può sostituirlo, anche se ha degli aspetti interessanti». È, soprattutto, una grande operazione di immagine del made in Italy e di sistema, che sembra aver funzionato. «Questa esperienza sicuramente ci



insegnerà qualcosa per il futuro, ma l'aspetto più importante è aver riacceso l'interesse di tutto il mondo per il design italiano e per Milano», osserva Feltrin. Un'operazione di sistema che ha coinvolto anche Fiera Milano, che ha deciso di allestire il suo Salone dedicato alla Casa, Homi, per la prima volta in contemporanea con il Supersalone, sempre all'interno del polo espositivo di Rho.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le aziende: In città arrivano clienti che non sarebbero venuti se non ci fosse stato il Supersalone



MARIA PORRO (SALONE)

«C'è un buon afflusso di visitatori esteri – dice la presidente del Salone del Mobile –. Adesioni da 120 Paesi, soprattutto Europa ma anche Usa».



CLAUDIO FELTRIN (FLA)

«Non ci sbilanciamo sui numeri, ma posso dire che siamo al di sopra delle aspettative», spiega il presidente di FederlegnoArredo



In fiera. Operatori in arrivo in Fiera Milano per il Supersalone fino a venerdì

