

E' la Russia la nuova frontiera

FRANCESCO SPINI

MILANO

Ela Russia si innamorò dell'arredamento italiano. Ai nuovi ricchi di Mosca piace sempre più il «made in Italy» e nel 2006 hanno importato mobili e suppellettili per circa 500 milioni di euro, il 17,4% in più dell'anno precedente. Ma nessuno come loro apprezza le nostre lampade e luminarie, visto che, sempre l'anno passato, il mercato russo ha aumentato la sua richiesta del 36,4%. Solo alcuni aspetti, questi, del mercato dell'arredo che, dopo un 2005 da dimenticare, con il segno meno che dominava tutte le voci, ha visto tornare il sereno.

Se già il preconsuntivo di dicembre segnalava un decisa crescita, il dato definitivo va oltre e accredita per il mobile italiano un fatturato che balza del 4%. Vale a dire circa 38,4 miliardi di euro contro i 36,9 registrati al termine del 2005. La tendenza? «È quella di una crescita ulteriore», assicura Roberto Snaidero, presidente di Federlegno.

Accanto a una filiera che ha ripreso il passo dello sviluppo, restano alcune zone critiche: «Il settore delle sedute di fascia media, nell'area pugliese, e il triangolo della sedia, nell'udinese». Zone che, secondo Snaidero, «hanno tardato a mettersi in linea con le nuove esigenze del mercato, ma già negli ultimi incontri si è percepito lo scatto giusto per rispondere. Il design e la qualità sono i fattori determinanti per il successo del made in Italy, e sono quelli che pagano». Le ombre non finiscono qui. Come ha segnalato Rosario Messina, presidente di Cosmit, organizzatore del Salone, «a un buon andamento del primo semestre si è contrapposta la crescita a un tasso meno sostenuto della seconda metà dell'anno; a crescite consistenti in alcuni mercati si sono contrapposte le difficoltà negli Usa e in alcuni Paesi europei; a incrementi significativi di alcuni comparti si sono contrapposti andamenti inferiori alle aspettative in settori fortemente penalizzati dalla concorrenza a basso costo dei Paesi asiatici».

Insomma, un ritratto in chiaroscuro per un comparto che nel complesso sembra aver cambiato passo di marcia, segnato dalla ripresa sia del consumo interno (più 4% secondo il prudente preconsuntivo), sia dell'export (più 4,5%), nonostante gli scambi con gli Stati Uniti, quarto cliente in termini di valore d'acquisto, siano diminuiti dell'11%.