

Ecosistema Salone del Mobile, artigiani sempre protagonisti

Eugenio Massetti, presidente di Confartigianato Lombardia: «Presidiare i luoghi in cui si genera il business, ma anche quelli in cui si costruisce il racconto»

A guardarla da vicino, la macchina del Salone del Mobile.Milano e della Milano Design Week parla con un accento molto preciso: quello degli artigiani e delle piccole imprese lombarde. Sono loro che, tutto l'anno, danno corpo alle idee di designer e aziende, costruiscono prototipi, allestiscono spazi, seguono le lavorazioni speciali che poi, ad aprile, finiscono sotto i riflettori di fiera e Fuorisalone.

In Lombardia questa presenza è tutt'altro che marginale. La filiera del legno-arredo conta 4.511 imprese, di cui 2.751 artigiane, pari al 61% del totale, per 27.783 addetti: un tessuto produttivo fatto di laboratori, falegnamerie, officine e studi che rappresentano la spina dorsale di quello che il mondo riconosce come "ben fatto" italiano. Dietro ogni stand, ogni installazione, ogni interno che conquista visitatori e buyer, c'è quasi sempre una rete di PMI che ha contribuito a renderlo possibile.

Per queste realtà, il **Salone** e il **Fuorisalone** non sono solo due appuntamenti in calendario, ma il momento in cui il lavoro quotidiano incontra il mercato globale e il grande racconto del design contemporaneo. In fiera si giocano le partite commerciali più importanti; in città si costruisce l'immagine, si alimentano relazioni, si intercettano nuovi linguaggi e tendenze che poi tornano, durante l'an-



no, nelle botteghe e nelle aziende del territorio. Dentro questo scenario in trasformazione, in cui il Salone è sempre meno semplice vetrina di prodotto e sempre più sistema fatto di progetti, servizi e soluzioni su misura, il ruolo dell'artigianato chiede di essere letto con attenzione. Ne abbiamo parlato con **Eugenio Massetti, presidente di Confartigianato Lombardia**, che offre una chiave di lettura particolarmente interessante su come artigiani e PMI vivono – e spesso sostengono – l'ecosistema Salone/Fuorisalone.

“Il ruolo delle PMI e dell'artigianato dentro questa macchina imponente merita una lettura attenta – scrive Massetti in una nota -. **Oltre la metà degli artigiani e delle piccole-medie imprese lombarde collabora con realtà presenti in fiera; quasi una su due riconosce comunque benefici indiretti dalla Design week, in termini di visibilità e rafforzamento delle relazioni di filiera.**



I dati della nostra recente survey ci dicono che solo **una PMI su dieci** del settore mobile-arredo partecipa direttamente al Salone o al Fuorisalone, mentre tra chi resta fuori **la metà vorrebbe esserci**, ma è frenata soprattutto dai costi d'ingresso. Insomma, **c'è chi espone ma anche quando non lo fanno, le PMI e gli artigiani sono parte integrante del sistema** che il Salone rappresenta: lavorano nelle commesse, nelle lavorazioni, nelle personalizzazioni che rendono competitivo il prodotto finale.

Ma è forse nel rapporto tra Salone e Fuorisalone che si coglie la trasformazione più profonda: non si tratta più di due eventi distinti, ma di due dimensioni complementari di uno stesso sistema. Da una parte la sostanza economica, dall'altra la costruzione del valore percepito; da una parte la filiera, dall'altra la città. Per le imprese – e in particolare per artigiani e PMI – la sfida è tutta qui: **non basta più saper fare bene, serve saper stare dentro entrambe queste dimensioni. Presidiare i luoghi in cui si genera il business, ma anche quelli in cui si costruisce il racconto.** Perché il valore continua a nascere in fiera. Ma è fuori, tra le strade, che pren-

de forma agli occhi del mondo.

Il punto, oggi, è che il Salone stesso sta cambiando natura. Non è più una vetrina di prodotto, ma un ecosistema in cui si intrecciano progettazione, servizi, tecnologia e filiere integrate.

Il design si sposta sempre più verso il contract, verso la gestione di progetti complessi, verso una logica in cui non si vendono più singoli oggetti, ma soluzioni complete, ambienti, esperienze abitative. In questa nuova cornice, **c'è da fare attenzione, però, a non contingentare il ruolo dell'artigianato solo su un posizionamento di altissima gamma.** Il nostro comparto di artigiani e piccole imprese personalizza, trova soluzioni, risponde alle esigenze specifiche del cliente e lo fa anche a un passo da casa, valorizzando la filiera.

Poi chiaramente il segmento del lusso è una nicchia di richiamo, che offre marginalità interessanti e porta a sviluppare risposte complesse a mercati esigenti, ma l'artigianato non è e non può essere solo questo. **Sono aziende del territorio** per il territorio, che custodiscono competenze e conoscenze di cluster e distretti che sono il vanto della nostra Lombardia”.