

## Il mobile italiano rilancia in Russia

I produttori italiani di arredamento non lasciano il mercato russo, nonostante le difficoltà legate alle tensioni geopolitiche, alle sanzioni e alla debolezza del rublo. A metà ottobre si terrà Saoni WorldWide, che da 11 anni porta a Mosca una selezione degli espositori del Salone del Mobile di Milano.

Mancini > pagina 13

La questione industriale/1. A ottobre i Saloni WorldWide Moscow - Il calo dell'export (-27% nei primi due mesi dell'anno) non rallenta i piani fieristici del settore

# Il mobile italiano rilancia in Russia

Snaidero: «Un dovere esserci e non lasciare quel mercato strategico in mano ai concorrenti»

Giovanna Mancini

L'imperativo categorico è non arretrare di un solo centimetro. I prossimi mesi saranno ancora difficili, ma già a partire dal 2016 l'economia russa potrebbe tornare a crescere (secondo le ultime previsioni del Fondo monetario internazionale) e con essa anche le esportazioni di mobili made in Italy, gravemente colpite, da un anno a questa parte, dalla difficile situazione creatasi in Russia, tra crisi Ucraina, tensioni con l'Unione europea, sanzioni commerciali e svalutazione del rublo.

Già il 2014 si era chiuso con un calo dell'11% delle esportazioni (da 874 a 774 milioni di euro, dati FederlegnoArredo) che aveva fatto scivolare la Russia dal terzo al quinto posto nella classifica dei principali mercati di sbocco per l'arredo italiano. Nei primi mesi del 2015 la situazione si è persino aggravata, con un tracollo tra gennaio e febbraio del 27,3% rispetto allo stesso periodo del 2014. Egli ultimi dati Istat sull'export complessivo dell'Italia verso la Russia han-

no registrato, nel solo mese di maggio, un crollo del 30,6%.

«Ma noi non molliamo», dice il presidente di FederlegnoArredo Roberto Snaidero, presentando la prossima edizione dei Saloni WorldWide di Mosca, la manifestazione che da 11 anni porta al Crocus Expo una selezione degli espositori del Salone del Mobile di Milano. L'appuntamento è dal 14 al 17 ottobre, insieme alla seconda edizione di Made Expo WorldWide, dedicata ad architettura ed edilizia. Un doppio impegno che testimonia la fiducia della Federazione per un mercato che, fino a un anno fa, era tra i più promettenti: nel 2013 la crescita dell'export era stata del 10,5% e la convinzione diffusa è che, una volta superate le tensioni economiche e politiche, la Russia tornerà a correre.

«Come Federazione abbiamo il dovere di fare questa fiera e impegnarci per il suo successo - prosegue Snaidero -, perché non possiamo permetterci di perdere le posizioni guadagnate con fatica in questi dieci anni e lasciare campo libero ai competitor cinesi e turchi. Altrimenti come faremo poi a rien-

trare su quel mercato, così complesso?». Basti pensare che, proprio nel 2014, mentre l'Italia perdeva terreno in Russia la Cina raddoppiava le esportazioni verso Mosca. A differenza di altri settori industriali (come l'agroalimentare) colpiti direttamente dalle sanzioni di Mosca sui prodotti europei, a pesare sull'export di arredamento sono state le sanzioni sulle transazioni finanziarie, la svalutazione del rublo e l'indebolimento generale dell'economia russa.

Nonostante questo, l'Italia rimane il secondo Paese da cui la Russia acquista prodotti per l'arredamento, con il 19% di un mercato che vale circa 4 miliardi di dollari e che da sempre dimostra di apprezzare molto i mobili e il design italiani. Tanto che persino nel difficile 2014, il nostro Paese è riuscito a guadagnare margini sui tedeschi, scesi dal 10% al 7% del mercato.

Sono questi numeri, oltre alle previsioni del Fmi, ad alimentare un cauto ottimismo: «Siamo preoccupati - ammette Snaidero -. È una situazione che non dipende da noi e non posso che augurarmi una

rapida soluzione della questione diplomatica, anche se so che è molto complessa. Ma siamo fiduciosi che le cose miglioreranno, ce lo dicono anche i nostri partner russi, che infatti all'ultimo Salone del Mobile di Milano sono arrivati numerosi, contro ogni aspettativa» (tuttavia, da 21 mila nel 2014 sono scesi a oltre 14 mila nel 2015, ndr).

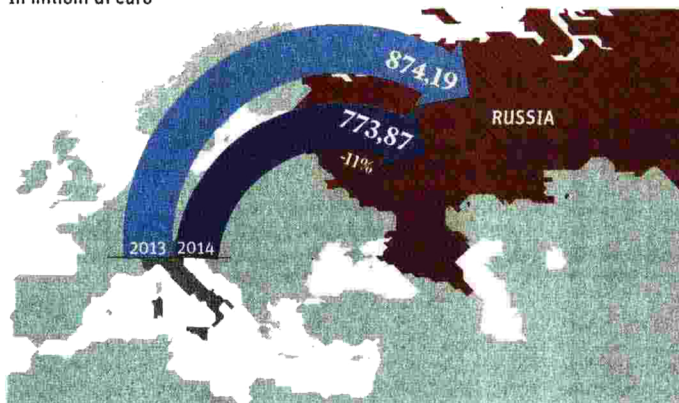
L'appello che il presidente di Flalancia agli imprenditori del settore è di resistere e continuare a investire e credere nella Russia, riprendendo anche le parole pronunciate dal ministro degli Esteri Paolo Gentiloni, che nei giorni scorsi ha ribadito l'impegno del governo italiano a confermare le «relazioni amichevoli sul piano economico» con la Russia, nonostante le tensioni sulla vicenda Ucraina.

Non è da escludere che la partecipazione di espositori e visitatori ai Saloni di Mosca quest'anno potrà registrare una flessione, ma al momento le adesioni degli espositori sono in linea con quelle dello scorso anno, quando al Crocus Expo si erano presenti 526 aziende (di cui 454 italiane) e oltre 40 mila visitatori.

## Un mercato da riconquistare

### L'EXPORT DI MOBILI VERSO LA RUSSIA

In milioni di euro



### LA QUOTA DI MERCATO

In milioni di euro e in %



### I COMPARTI: CHI SOFFRE DI PIÙ

Variazione % gennaio-febbraio 2015 / gennaio-febbraio 2014

Mobili e arredamenti commerciali	-23,5%
Imbottiti	-21,7%
Cucine	-27,7%
Materassi	-58,7%
Complementi d'arredo	-28,6%
<b>Totale sistema arredo</b>	<b>-24,1%</b>
Sistema illuminazione	-34,6%
Sistema ufficio	-62,6%
Sistemi arredobagno	-19,9%
<b>Macrosistema arredamento</b>	<b>-27,3%</b>

**Gli imprenditori.** Crisi economica e politica hanno pesato sulle vendite, ma aziende e buyer credono nella ripresa

## «Si soffre, ma continueremo a investire»

«Noi vogliamo quel mercato». Ernesto Gismondi, presidente di Artemide, non ha dubbi: la sua azienda, specializzata in prodotti di illuminazione di design, è presente in Russia da 25 anni e intende restarci. La crisi economica e diplomatica, ammette, ha pesato e, se le cose non cambieranno nel secondo semestre, sarà difficile raggiungere a fine anno i livelli del 2014. Eppure «Non possiamo farci scappare la Russia, perché è un mercato buono, legato alla cultura europea, con un popolo di grande cultura, disposto a spendere per i nostri prodotti». Artemide tornerà ai Saloni World-

Wide di Mosca, il prossimo ottobre, anche per rispondere alle richieste dei partner storici che, spiega Gismondi, «sono stati molto colpiti da tutto quello che è successo, ma non vogliono interrompere la collaborazione con noi».

Dello stesso avviso Alberto Vignatelli, presidente di Luxury Li-

### LA STRATEGIA

L'impegno fondamentale è non perdere le posizioni conquistate in questi anni e mantenere i rapporti con i partner russi

vingGroupe anche lui tra gli espositori già confermati dei Saloni WorldWide. «Continueremo a investire in Russia - spiega - perché non possiamo perdere le posizioni acquisite negli anni. Il mercato sta soffrendo, è vero, soprattutto quello del retail. Ma crediamo nella ripresa, tanto che stiamo aprendo dei nuovi uffici a Mosca.

Anche Scavolini, azienda marchigiana specializzata in cucine, e da qualche tempo anche in bagno e living, conferma l'impegno ormai più che ventennale in Russia: «Gli investimenti per il 2015 sono persino superiori a quelli del 2014 - spiega il direttore generale Vitto-

rio Reni -. Del resto, l'anno scorso abbiamo chiuso comunque con un aumento delle esportazioni, nonostante il calo degli ultimi mesi. E gli ordini, che a inizio anno erano diminuiti, da marzo sono ripartiti ». Inoltre, aggiunge Renzi, la Russia è un mercato su cui il made in Italy ha «un appeal fortissimo e l'industria italiana dell'arredo non può lasciarselo sfuggire».

Appeal confermato dai buyer russi che tradizionalmente visitano i Saloni moscoviti: «Il mobile italiano in Russia non ha concorrenti, grazie al suo design - dice ad esempio Natalia Kopylova, direttore di Briallini, rivenditore

di Barnaul, nella Siberia Meridionale -. Non si tratta solo di acquistare arredo, ma anche di condividere una certa filosofia di vita, alcuni valori, uno stile e uno scambio culturale».

Dello stesso parere Uliana Drugova, responsabile di Mebelny Dom, di Ekaterinburg: «I Saloni sono un importante momento di conoscenza e confronto sulle nuove tendenze per gli importatori, i distributori, gli architetti e i consumatori. Sono certa che se le imprese italiane continueranno a garantire l'alta qualità dei loro prodotti, i consumatori russi con alto reddito preferiranno sempre il mobile made in Italy a tutti gli altri».

Gi.M.

© RIPRODUZIONE RISERVATA