

Il design fa ricca Milano. Indotto da 450 milioni per il Salone del mobile.

La Lombardia ha la più alta concentrazione di imprese del legno-arredo: 6 per chilometro. Andrà benissimo, stando al traffico di Mercedes con autista da 250 euro al dì che già da ieri scarrozzavano i patiti del design a Ventura Lambrate: la zona più cool del Fuori Salone, quella che sta soppiantando la vecchia Zona Tortona. Un ottimo osservatorio, quindi.

«Con i designer più che raddoppiati, nel 2010, prima edizione, erano solo una ventina, ci aspettiamo il raddoppio anche di visitatori, da 30 a 60mila almeno», dice Margriet Vollenberg, pr olandese, una delle cinque che hanno creato Ventura Lambrate. «Dove alloggi, Margriet, a Milano?». «In appartamento, dati i costi», taglia corto.

Già, fioccano le stime sul giro d'affari per la "settimana santa" più laica del mondo, il Salone del mobile che oggi apre i battenti a Rho-Pero, innescando un indotto da 450 milioni di euro ma anche ricorrenti polemiche.

Replica a distanza Alberto Sangregorio, presidente degli albergatori dell'Unione Confcommercio di Milano: «Quella dei costi proibitivi è una vecchia querelle. Siamo al tutto esaurito, almeno il 90% è prenotato, un fatto di cui bisogna essere soddisfatti. Però Milano offre opzioni a 360 gradi e, poi, i giorni clou, quelli di grande traffico, sono solo tre, quelli centrali». Incalza Alfredo Zini vice presidente vicario di Epam, l'associazione dei pubblici esercizi milanesi: «Anche per i ristoranti ci aspettiamo buoni risultati, però non è la stessa cosa degli alberghi, per i quali le prenotazioni sono un dato di fatto. Vedremo».

Lo spicchio più consistente della torta da 450 milioni di euro, secondo la Camera di commercio milanese va proprio agli albergatori, 227 milioni, mentre alla città vanno i restanti 207. In cima alla lista c'è lo shopping di moda e oggetti di design (86,7 milioni), poi la ristorazione, con 66,2 milioni che di norma registra impennate vere e proprie. Una curiosità: 11,8 milioni di euro vengono spese per la colazione, l'aperitivo al bar e in pasticceria. Ma 17,4 milioni sono la parte che va agli spostamenti, taxi e auto a noleggio.

Tra Salone, eventi collaterali e Fuori Salone, poi, la settimana dedicata a mobile e design genera un indotto in Lombardia, solo per il turismo del design, di quasi 200 milioni di euro. A beneficiarne è Milano con quasi 140 milioni di euro, per lo più distribuiti nel sistema degli alberghi. Monza e Brianza assorbono oltre 14 milioni di euro, quella di Varese 10 milioni e quella di Como 9 milioni, stando ai dati dell'ufficio studi della Camera di commercio di Monza e Brianza.

Si tratta anche dell'area di elezione del distretto del legno, quella con la più elevata concentrazione di imprese attive in Italia nell'industria del legno e di fabbricazione di mobili con 2.463 imprese (circa 6 imprese per chilometro quadrato). In fiera saranno presenti ben 200 imprese brianzole. Dopo Monza e Brianza, nella concentrazione di imprese del legno-arredo per chilometro quadrato seguono Como (1,29 imprese), Milano (1,27) e Treviso (0,92).

«Il settore sta cambiando pelle a causa della crisi, da un lato ci sono aziende con ramificazioni in tutto il mondo, molto globali, dall'altra aziende con filiera corta, che hanno accusato i colpi della mancanza di commesse», commenta Carlo Edoardo Valli, presidente della Camera di commercio di Monza e Brianza. Ma, aggiunge: «Il Salone che è un simbolo internazionale per Milano, la Brianza e la Lombardia, con un ruolo trainante sull'intero sistema, è una vetrina che tutto il mondo ci invidia e che è utile a mettere le imprese del made in Italy in mostra anche per favorire la ripresa».