

Il design italiano risorgerà con le reti e l'esempio Ikea

di Gabriel Cuonzo*

Grandi passi avanti sul piano legislativo e giurisprudenziale che hanno portato finalmente al riconoscimento della tutela del design come diritto d'autore non hanno risolto i problemi di fondo dell'industria del mobile in Italia, che sono strutturali e richiedono un approccio culturale nuovo da parte di imprenditori e istituzioni. Il settore è nelle spire di una recessione brutale senza precedenti. Nel 2013 il macrosistema del legno-arredo subirà una contrazione di fatturato pari al 4,5% rispetto al 2012. Federlegno Arredo riporta che dal 2007 a oggi il comparto ha perso 15 miliardi di fatturato. Una vera e propria epidemia di imprese che trascina con sé uno straordinario patrimonio di saperi materiali e di creatività che, dal miracolo del Rinascimento, rende l'Italia un paese unico nel mondo: il Paese appunto della «Grande Bellezza» che è anche una straordinaria opportunità per l'economia. L'industria italiana del mobile ha utilizzato solo in piccola parte il potenziale della «Grande Bellezza». Le ragioni si possono riassumere in tre punti. Il primo è l'insufficiente dimensione delle imprese e la loro cultura industriale. Le nostre pmi nel settore del mobile sono perlopiù imprigionate nel mercato domestico con prodotti magari di ottima qualità ma generici. Questo li condanna a subire la concorrenza

di prodotti generici dei Paesi a basso costo e a risentire del crollo del mercato interno. Il secondo fattore è il posizionamento della nostra industria del design (quella creativa e di successo) su un segmento molto alto di mercato: del bello e (in modo crescente) impossibile. Il design italiano è sinonimo di lusso ed eleganza, tuttavia vi è un grande potenziale per quello che uno svedese geniale ha definito «design democratico». Oggi esiste nel mondo una gigantesca middle class mediamente sofisticata che vorrebbe comprare design italiano a un prezzo accessibile, ma in questo mercato siamo poco presenti. Bisogna guardare a Ikea. Nel nostro Paese Ikea ha chiuso il 2012 portando la sua quota di mercato dal 7,9 all'8,4%. L'Italia è anzi un mercato molto significativo. Il successo di Ikea ci dice che le imprese italiane devono aggredire il mercato del design democratico che è in forte espansione. Il terzo punto riguarda la distribuzione dei prodotti di design italiana che è molto deficitaria e frammentata, a parte le grandi realtà. Proprio il caso Ikea insegna invece che la distribuzione è un fattore chiave. Che creare format distributivi italiani di successo sia possibile è dimostrato da Eataly. Non si vede perché qualcosa di simile non possa essere tentato nel settore del mobile. Queste sono le tre sfide che possono essere vinte combinando insieme il

nuovo strumento contrattuale della «rete di imprese» con proprietà intellettuale e finanziaria. Si può uscire dalla crisi trasformando l'Italia in una «design economy» creando grandi reti di piccole e medie imprese che combinino al loro interno creatività e savoir fair industriale, finanza e proprietà intellettuale, capacità manageriale e distributiva. Il contratto di rete è uno strumento giuridico particolarmente adatto alla realtà italiana; consente una collaborazione tra imprese anche di piccole dimensioni su basi pragmatiche e flessibili. Per esempio, una rete di imprese nel settore del mobile potrà negoziare accordi vantaggiosi con istituti finanziari, contratti con designer prestigiosi, avvalersi di service provider di alta qualità. Ancora, la rete può dotarsi di un brand e depositare brevetti e può operare sui mercati esteri con maggiore incisività. Spetta ora alle istituzioni soprattutto territoriali promuovere la creazione di reti di impresa per salvare e rilanciare le nostre pmi. Quanto invece ai fattori culturali, occorre che l'industria italiana abbandoni il retaggio che vuole il prodotto di design destinato a pochissimi e facoltosi fruitori. Per sopravvivere nel mercato globale le nostre pmi devono adottare un modello di design democratico. Questa forse è la sfida più difficile.

*managing partner studio Studio Legale Trevisan & Cuonzo

MILANO FINANZA 27 Luglio 2013
L'Italia vince fuori casa
Genium re del Nasdaq
Il design italiano risorgerà con le reti e l'esempio Ikea