

Si tirano le somme della 25ª edizione inaugurata ieri alla Fiera

Design e mobile italiani primi nel mondo col Salone di Milano

Il più importante appuntamento fieristico d'Europa per l'arredamento resterà aperto fino a martedì prossimo - La nascita nel 1961 con 328 espositori - Oggi la grande mostra milanese può contare su 2300 mobili e 300 produttori di strumenti per l'illuminazione - L'Eimu (mobili per ufficio) e l'Euroluce - I visitatori dai 12 mila iniziali (800 stranieri) sono saliti a 155 mila (40 mila gli stranieri) - Dal decollo industriale al predominio sui mercati internazionali - La storia e gli uomini di un'intensa attività fieristica che ha sorretto validamente lo sviluppo di un intero settore produttivo

MILANO — Venticinque anni e i successi del mobile e del design italiani. È questa la sintesi storica del Salone del mobile di Milano, il più importante appuntamento fieristico d'Europa per l'arredamento, inaugurato ieri per la venticinquesima volta alla Fiera, assieme al 10° Euroluce e alla 3ª Eimu — Esposizione internazionale dei mobili d'ufficio —, tre rassegne di settore organizzate dal Cosmit, che resteranno aperte al pubblico specializzato (operatori economici, rappresentanti, architetti, designers, stilisti, tecnici, giornalisti) fino al 24 settembre. Espongono 2.300 aziende produttrici di mobili (sono 300 gli espositori dell'Euroluce) su un'area coperta di 160 mila metri quadrati. So-

no 261 padiglioni occupati, cioè circa i tre quarti di tutta la Fiera di Milano. Per i visitatori si fanno previsioni di oltre 120 mila italiani e 50 mila stranieri. L'anno scorso — edizione internazionale complessivamente i visitatori furono 155 mila (40 mila gli stranieri). Le cifre, come si vede, danno il profilo di una manifestazione importante, giustificano le speranze che la stampa usa in questa occasione e danno ragione a chi afferma che a settembre Milano diventa la capitale mondiale del mobile.

Ma l'importanza di questa gigantesca rassegna di settore non si misura soltanto col metro della quantità. Certo, il « tutto esaurito » denota successo e attaccamento ad una manifestazione fieristica, un attaccamento che non deriva mai da sentimenti irrazionali ma da ragioni pratiche, da utilità reali; anche il grande numero di visitatori specializzati non è un dato da sottovalutare poiché rivela interesse, conferma la vitalità e la funzionalità della mostra collettiva. Ma il Salone del mobile di Milano ha raggiunto questi alti livelli quantitativi e conserva e ripete ogni anno il « tutto esaurito », soprattutto per merito dei suoi contenuti e della sua formula che hanno dato vita ad una vicenda fieristica corposa e funzionale, che occupa non poco spazio nella storia del design italiano e della strabiante affermazione all'estero della « linea italiana », o come dicono i cronisti

dell'«italian look». Insomma, il Salone milanese ha raggruppato le vette delle fiere europee di settore sul filo dell'intelligenza e della cultura, dell'intelligenza e della cultura, dell'intelligenza e della cultura applicate alle esigenze di una giovane industria, di un'attività produttiva delicata e complessa, che ha parentele con l'arte e con le avventure dei gusti e delle mode, dell'edilizia e dell'architettura, degli usi e costumi, delle civiltà regionali e di altri popoli.

Infine, non bisogna ignorare le iniziative promozionali e la funzione di immensa vetrina dell'inventiva e delle capacità creative, costruttive, manuali italiane, svolte dai padiglioni fieristici in occasione dell'appuntamento di settembre. Qui ogni anno sono apparsi e si sono confrontati i modelli più significativi del design italiano, le opere di ogni tipo firmate da designers italiani e stranieri e i prodotti più aggiornati della produzione. È quest'anno l'«imminente» ha assunto pure il carattere di una testimonianza storica riguardante, come ha detto Antonio Castelli, presidente del Cosmit, «cinque lustri di lavoro fieristico che hanno avuto il segnale il sorgere e il consolidarsi dell'intero apparato produttivo nazionale nel settore dell'arredamento».

1951 aveva indicato le premesse di un decollo industriale registrando un notevole sviluppo delle unità locali produttive con forza motrice.

Alla fine degli Anni 50, sotto la spinta di questa industrializzazione, sorgeva pure il problema dell'export, un problema reso più acuto dal primo tentativo di confronti dei nostri prodotti col mare magnum del mobilier europeo alla Fiera di Colonia, confronti promossi da pochi coraggiosi, ma che ebbero la grande attenzione della rivista di De Carli, che nel 1960 assegnava ben due inviti alla rassegna tedesca, esattamente l'arch. Gianni Soglia e il dott. Tito Armellini, redattore per i problemi economici e coeditore del *Mobile Italiano*, che in una relazione segnalava per la nostra industria «l'esigenza di una ricerca di stile piccolo o grande mostra paesana... per misurare le proprie forze, ed accertare le deficienze o gli errori orientamenti, a finire i mezzi e gli strumenti per le future competizioni». Fra i primi coraggiosi di Colonia spiccava Angelo De Baggis, industriale del mobile, che, rientrato in patria, seguiva a sua volta le stesse esigenze in una lettera inviata a Michele Franci, segretario della Fiera di Milano, in cui si ricordava pure che l'export italiano di mobili produceva da un anno e mezzo una cifra di due miliardi e mezzo.

Erano questi i prodromi del Salone di Milano. I tempi ormai erano maturi e non solo per necessità, ma per volontà dell'area mercantile in Europa e nel mondo, ma anche perché l'industria mobiliera, cresciuta su una fitta rete di botteghe artigiane, aveva bisogno di un punto nevralgico di circolazione di informazioni e idee, di verifiche e confronti, e infine di un grande trampolino di lancio, che ogni anno avesse la capacità e la forza di unire e arricchire l'immagine di tutto il settore, punto di riferimento per l'interscambio commerciale italiano e straniero e per progettisti, architetti, stilisti, artigiani e stampa. Angelo De Baggis e Tito Armellini furono gli assegnatari del Salone. Le loro idee e la loro attività raccolsero in breve tempo l'adesione di altri quattordici imprenditori, Alessandro Colli, Angelo Molteni, Antonio Dal Vera, Vittorio Dassi, Angelo Marelli, Mario Ronconeri, Silvio Morina, Davide Colombo, Michele Barovero, Silvio Santambrogio, Maurizio Tosi, Franco Cassina, Cesare Castelli e Manlio Germozzi. Veniva così costituito il comitato promotore che nominava Colli presidente, De Baggis vice e Armellini segretario generale.

La domanda di autorizzazione fu presentata al ministero dell'Industria nell'aprile del 1961 e nel settembre successivo la prima edizione del Salone del mobile apriva i suoi battenti alla Fiera di Milano con 328 espositori in un'area di 11.860 mq. È un momento decisivo per lo sviluppo e l'affermazione del mobile italiano, che trova le più chiare conferme sia nelle varie dichiarazioni dei suoi protagonisti che in quella del presidente del Salone, Angelo Molteni, che in quella del ministro dell'Industria, Giuseppe De Michelis, che in quella del presidente del Salone, Angelo Molteni, che in quella del ministro dell'Industria, Giuseppe De Michelis, che in quella del presidente del Salone, Angelo Molteni, che in quella del ministro dell'Industria, Giuseppe De Michelis.



700 miliardi

«Cinque lustri di lavoro, cioè 25 anni. Quando nel 1961 nasceva il Salone di Milano, la produzione mobiliera italiana raggiungeva i 600/700 miliardi di fatturato (oggi si calcola un fatturato che supera i 20.000 miliardi). Si deve ricordare che l'industrializzazione del settore era cominciata negli Anni 50, cioè nel momento in cui si profilava, anche in Italia, la nascita di un mercato di massa che avrebbe permesso l'ammortamento di impianti meccanici. Erano i tempi della «motorizzazione» della bicicletta, della motocicletta, degli elettrodomestici, della gammapiuina nei salotti (la Lady di Zanuso è del 1951), della televisione, dell'istituzione del Cosmit (1954). E la Triennale nel 1951 affrontava il tema dell'«industria design nella mostra «La forma dell'utile», e nel 1954 (decima edizione) allestiva la mostra del mobile singolo e dava ampio spazio all'arredamento della «casa popolare», con la collaborazione dei mobili che stavano trasformando le loro botteghe in piccole fabbriche meccaniche.

L'industrializzazione non aveva ancora raggiunto proporzioni ragguardevoli e il design degli italiani trovava espressione in poche aziende d'avanguardia. Sicuramente negli Anni 50 non si poteva parlare di una «linea italiana»: c'erano i primi segnali, le prime basi e gli echos del razionalismo d'anteguerra, ma l'«italian style» era ancora nel grembo del futuro. Nell'arredamento moderno trionfava lo stile scandinavo e Carlo De Carli, architetto milanese membro della Giunta esecutiva per la Triennale del '54, faceva fatica a creare collaborazioni stabili tra le nuove leve degli architetti e i centri di produzione mobiliera, premessa dello sviluppo di una «linea italiana». De Carli dovrà attendere il 1957 per riuscire nel suo intento di organizzazione di una azione attorno ad una rivista che accelerasse i tempi chiarendo le idee e gli obiettivi da raggiungere, obiettivi riassunti nella stessa rivista, *Il mobile italiano*, del nuovo mensile che vedeva la luce in dicembre.

Tommaso Ferraris, segretario della Triennale, era un po' sfiduciato, e sul secondo numero si sfogava così: «... a Milano, a Roma, a Torino e in altre città minori si aprono continuamente negozi di vendita di mobili prodotti in Danimarca, Svezia, Finlandia... Confessiamoci pure, caro De Carli, il mobile italiano non risponde ancora alla realtà...». Ma in questa lettera non si teneva conto a sufficienza del momento di svolta in atto nella società, delle spinte sociali, del carattere della nuova edilizia abitativa e quindi del momento produttivo che rivelava già segnali di rinnovamento industriale. Uno studio di Silvio Leonardi pubblicato da Feltrinelli nel '59 confermava un notevole trend di crescita dei consumi tracciando il seguente grafico: l'indice 100 del 1949 saliva nel '56 a 176 per il reddito pro-capite e a prezzi di mercato, a 238 per il consumo dei mobili, e a 390 per le nuove stanze di abitazione. E già il censimento del

confronto con altre produzioni — quella scandinava in particolare — si correva il rischio di restare schiacciati. Invece, il Salone di Milano, internazionale dal 1967, «ha accompagnato il sorgere e il consolidarsi dell'apparato produttivo italiano», una vicenda segnata da successi che hanno addirittura portato in primo piano il «made in Italy» in tutto il mondo.

Che cosa ci insegna questa esperienza? Che il confronto, la circolazione delle idee e delle informazioni oltre i confini nazionali, la crescita della cultura professionale, dei programmi, delle ricerche, del design, esaltano e danno forza all'attività produttiva. «Bisogna capire queste cose — ci dice ancora Castelli — il Salone è Ingratito, è diventato uno strumento di promozione sempre più efficace, ha acquisito dinamismo ed accresciuto a dismisura l'internazionalità



«Il Cosmit è un ente organizzatore di mostre riconosciute ai sensi della legge n. 45/80 della Regione Lombardia. Come tale opera organizzando mostre (Salone del Mobile ed Euroluce annuali, Eurocucina, Sasmil ed Eimu biennali) nella regione Lombardia. Il suo consiglio di amministrazione è il Comitato organizzatore, composto oggi da 44 membri di cui 21 rappresentanti istituzionalmente le associazioni di categoria: Federlegno-Arredo, Unionlegno, Federazioni artigiane, Federmobili e CMMU.

La struttura operativa è diretta dal Segretario Generale che ha alle sue dipendenze, oltre alla segreteria mostre, un ufficio tecnico-adesioni che cura il rapporto con gli espositori e la

realizzazione tecnica delle mostre, l'amministrazione e l'ufficio stampa-promozione-affari generali. Complessivamente 22 persone a cui si aggiungono collaboratori, interpreti, professionisti, consulenti. Il Cosmit intrattiene rapporti continuativi con analoghe organizzazioni estere. Pubblica un proprio house-organ distribuito in 152 Paesi ed alcuni volumi sull'import-export del settore, su ricerche di mercato e sulle strutture produttive in Italia. Gestisce mediamente i rapporti con 3.500 ditte e 150 mila operatori commerciali ogni anno tramite proprie ripetute comunicazioni promozionali. Il suo bilancio è certificato da una società di revisione.

«Come funziona un ufficio stampa per 5 manifestazioni fieristiche»

Manlio Armellini, segretario generale del Cosmit, che in campo fieristico è una vera autorità, ci segnala che «l'intero sistema delle mostre specializzate è in situazione di cauto fermento in tutta Europa. Registriamo spinte, a volte non ben identificate, di ricerca non precisamente finalizzata. Noi abbiamo scelto una strada che possa accomunare il rigore della ricerca alle necessità della prassi suddividendo il problema in due grandi aspetti, riferiti sempre ai protagonisti: la fiera specializzata come strumento di promozione, quindi le problematiche della produzione, e la fiera come momento generale di qualificazione professionale dell'operatore in visita. Sorge così una serie di interrogativi che affrontiamo con la collaborazione delle forze attive, in primo luogo le associazioni di categoria, e nel rispetto della volontà dell'espositore. Tutto ciò, analizzato da esperti e valutato in profondità anche con campionario stratificato, concorre a formare le decisioni operative.



«Il Cosmit è un ente organizzatore di mostre riconosciute ai sensi della legge n. 45/80 della Regione Lombardia. Come tale opera organizzando mostre (Salone del Mobile ed Euroluce annuali, Eurocucina, Sasmil ed Eimu biennali) nella regione Lombardia. Il suo consiglio di amministrazione è il Comitato organizzatore, composto oggi da 44 membri di cui 21 rappresentanti istituzionalmente le associazioni di categoria: Federlegno-Arredo, Unionlegno, Federazioni artigiane, Federmobili e CMMU.

La struttura operativa è diretta dal Segretario Generale che ha alle sue dipendenze, oltre alla segreteria mostre, un ufficio tecnico-adesioni che cura il rapporto con gli espositori e la

realizzazione tecnica delle mostre, l'amministrazione e l'ufficio stampa-promozione-affari generali. Complessivamente 22 persone a cui si aggiungono collaboratori, interpreti, professionisti, consulenti. Il Cosmit intrattiene rapporti continuativi con analoghe organizzazioni estere. Pubblica un proprio house-organ distribuito in 152 Paesi ed alcuni volumi sull'import-export del settore, su ricerche di mercato e sulle strutture produttive in Italia. Gestisce mediamente i rapporti con 3.500 ditte e 150 mila operatori commerciali ogni anno tramite proprie ripetute comunicazioni promozionali. Il suo bilancio è certificato da una società di revisione.

«Come funziona un ufficio stampa per 5 manifestazioni fieristiche»

Manlio Armellini, segretario generale del Cosmit, che in campo fieristico è una vera autorità, ci segnala che «l'intero sistema delle mostre specializzate è in situazione di cauto fermento in tutta Europa. Registriamo spinte, a volte non ben identificate, di ricerca non precisamente finalizzata. Noi abbiamo scelto una strada che possa accomunare il rigore della ricerca alle necessità della prassi suddividendo il problema in due grandi aspetti, riferiti sempre ai protagonisti: la fiera specializzata come strumento di promozione, quindi le problematiche della produzione, e la fiera come momento generale di qualificazione professionale dell'operatore in visita. Sorge così una serie di interrogativi che affrontiamo con la collaborazione delle forze attive, in primo luogo le associazioni di categoria, e nel rispetto della volontà dell'espositore. Tutto ciò, analizzato da esperti e valutato in profondità anche con campionario stratificato, concorre a formare le decisioni operative.

Il Cosmit: 5 mostre e rapporti con 152 Paesi

Il Cosmit è un ente organizzatore di mostre riconosciute ai sensi della legge n. 45/80 della Regione Lombardia. Come tale opera organizzando mostre (Salone del Mobile ed Euroluce annuali, Eurocucina, Sasmil ed Eimu biennali) nella regione Lombardia. Il suo consiglio di amministrazione è il Comitato organizzatore, composto oggi da 44 membri di cui 21 rappresentanti istituzionalmente le associazioni di categoria: Federlegno-Arredo, Unionlegno, Federazioni artigiane, Federmobili e CMMU.

Nuovo statuto

Già nel 1967 il Salone diventa internazionale e lo spauracchio del mobile scandinavo si appanna. Due anni dopo, alla seconda edizione internazionale, sono presenti 13 Paesi stranieri e 1.520 espositori su un'area coperta di 70 mila mq. E la «linea italiana» è già una grossa realtà, che nel 1972 verrà consacrata addirittura al Museo d'Arte Moderna di New York con la mostra «Italy: The New Domestic Landscape».

Nel frattempo il Cosmit (Comitato organizzatore del Salone), sulla scia del successo, crea il Salone internazionale degli accessori e del semilavorati per mobili (Sasmil) e nomina De Baggis presidente. Nel '74, per razionalizzare la grande rassegna mobile, che rischia di diventare un gigante ingovernabile, viene organizzato l'Eurocucina, prima mostra al mondo dedicata soltanto a questo comparto che in pochi anni era diventato il simbolo dell'industria tecnologicamente più avanzata (l'Eurocucina biennale) la settimana edizione si terrà il 21/24 febbraio dell'86. Maurizio Tosi e Angelo Molteni vengono nominati alla vicepresidenza, mentre Manlio

«Il Cosmit è un ente serio, efficace, credibile. Difficile è forse mantenersi sempre all'altezza del compito, come dicevo prima, o trovare, ad ogni edizione delle mostre

«Il Cosmit è un ente serio, efficace, credibile. Difficile è forse mantenersi sempre all'altezza del compito, come dicevo prima, o trovare, ad ogni edizione delle mostre

«Il Cosmit è un ente serio, efficace, credibile. Difficile è forse mantenersi sempre all'altezza del compito, come dicevo prima, o trovare, ad ogni edizione delle mostre

Dal passato una lezione per il futuro delle fiere dell'arredamento

Nella sede del Cosmit (Comitato organizzatore del Salone del mobile, dell'Euroluce — annuali —, dell'Eurocucina, del Sasmil e dell'Eimu — biennali) si dicono subito che «anche i bilanci di una attività fieristica che dura da 25 anni come quella del Salone, servono al futuro». Antonio Castelli, il presidente che per esperienza diretta conosce bene i problemi del settore mobiliero, non ha esitazioni in proposito. Dice: «Capire i successi del passato significa evitare errori nelle scelte per il futuro». E si tratta di un futuro prossimo che nasce da un presente complicato e non solo in conseguenza delle difficoltà, dei mercati che «non tirano», ma anche e soprattutto per le trasformazioni in atto. Nel 1961, anno di nascita del Salone di Milano, per esempio, il settore mobiliero italiano era poco cosa. Allora si poteva temere che aprendosi al