

*tendenze*

di Bruno Maffei

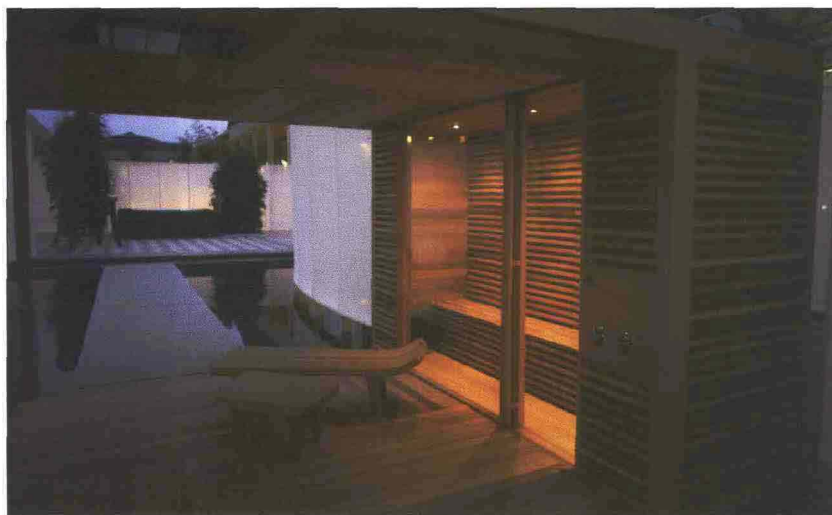


# Una **moda** che dà vigore al **legno-arredo**

Sebbene il comparto legno sia stato colpito dalla crisi, c'è una nicchia che sta attraversando indenne, o quasi; questa bufera. È quella dell'arredamento per esterno: molte case si ritagliano "stanze" o "salotti" là dove c'era un semplice terrazzo, un giardino non attrezzato. Spazi che devono essere arredati con materiali adeguati

*mondo legno* **44**

**O**utdoor è la parolina magica, importata, che sta dando nuova energia a una discreta fetta dell'industria della lavorazione del legno e della fabbricazione di arredi. Come tante parole che vengono dall'estero, ha perso il suo ristretto valore originario ("fuori dalla porta", "all'esterno") per significare un po' di tutto. La usano gli sportivi per indicare sport all'aria aperta; la usano i sociologi quando vogliono prendere in esame comportamenti relazionali di gruppo, al di fuori delle mura domestiche. E la usano – a piene mani – designer, progettisti, architetti, fabbricanti di arredo, operatori del settore legno. L'hanno fatta diventare un contenitore nel quale mettono di tutto: giardinaggio, mobili e arredi per balconi e terrazze, suppellettili per la piscina o per il barbecue. Ma in particolare la usano per indicare la passione per la natura che ormai contagia un po' tutti (tutti quelli che se lo possono permettere...) e li porta a cambiare abitudini e modelli di vita e di conseguenza scambussolano il vecchio arredamento. Ora queste nuove abitudini, forse condizionate da accorti progettisti alla ricerca di nicchie di mercato inesplorate, hanno costretto a cambiare la distribuzione dello spazio domestico, prendendo di mira e valorizzando quanto più possibile una



nuova frontiera dell'arredo: l'esterno. E, con esso, i confini stessi della propria casa. E così si rivoluzionano gli spazi di casa per prolungare l'interno della casa verso l'esterno e aprire l'esterno verso l'interno. Ove possibile, camere e soggiorni sono sventrati per farne un tutt'uno con il balcone, la terrazza o il giardino, se a piano terra. Questo è compito degli architetti, dei progettisti, che a lavoro finito lasciano il posto agli arredatori i quali hanno il compito di riempire questa stanza in più che sono diventati la veranda, il terrazzo, il giardino. Compito non facile anche perché gli oggetti di arredo dovranno essere durevoli, sicuri, resistenti agli agenti

atmosferici, alle escursioni termiche, alle aggressioni di muffe e funghi, all'irraggiamento solare. E il legno assolve egregiamente queste funzioni. In Italia infatti il 27% della produzione è in legno, soprattutto Teak naturale; metallo e resina rappresentano rispettivamente il 18% e il 17%.

### Tutti i numeri dell'outdoor

Nel corso di questi ultimi anni quale risposta commerciale a questa effettiva richiesta di arredo per esterni, ma anche quale programmata strategia di mercato per stimolare nuovi gusti, nuovi bisogni, nuove mode, si è assistito a un fiorire di proposte allettanti, frutto di design innovativo e di tecnologia d'avanguardia, realizzate spesso con materiali inediti. Esperti del settore, aziende specializzate, ma anche non pochi avventurieri si sono gettati nella corsa verso l'Eldorado del nuovo business, progettando, inventando, realizzando magari con materiali e forme del tutto nuovi, sdraio, panche, tavoli, divani, tende, ombrelloni, séparé, pareti vetrate, outdoor cooking, etc. Se poi si aggiunge la filiera degli articoli per il giardinaggio vero e proprio, il computo dei prodotti per l'outdoor living e per il



Si ringrazia per le immagini di arredo esterni Sun di Rimini

tendenze



gardening è senza fine. *“Sempre più Aziende guardano con interesse crescente al mondo dell'outdoor”*, conferma Serio Rossi, direttore generale del SUN, il Salone Internazionale dell'Esterno che si tiene a RiminiFiera dal 14 al 16 ottobre. *“In esso vedono un terreno fertile mediatico, commerciale e progettuale. L'arredo, il corredo e l'accessorio da esterni diventano quindi un campo di sperimentazione formale e materiale, sempre più spesso delegato al genio, alla fantasia, all'estro di un numero crescente di designer”*.

Conclude Rossi: *“Oggi l'arredamento per esterni esprime una produzione molto varia, ampia e articolata che risponde a una significativa e veloce evoluzione nel modo di concepire e vivere gli spazi aperti, sia in ambito pubblico sia privato”*.

E molti di quelli che hanno intrapreso la corsa verso l'arredo da esterno l'hanno trovato davvero l'Eldorado perché l'outdoor si è dimostrato un vero business non passeggero (anche se non è passato indenne nella bufera della crisi), ma destinato a rafforzarsi nei prossimi anni. Secondo i risultati di una ricerca di mercato diffusa dall'Osservatorio del SUN, dal 2004 al 2008 si è registrata una crescita annua media del volume di vendite di arredi per l'esterno del 3,7%, con una prospettiva di crescita continua sino al 2013 e un 2009 di segno comunque

positivo, nonostante l'incertezza economica a livello mondiale. Dati commentati con soddisfazione da Rossi, che prosegue: “Dà la misura della

*vitalità del settore e del potenziale di crescita di questo mercato il SUN, autorevole osservatorio annuale su questo settore produttivo, che dal 1983, anno della sua prima edizione, ha visto crescere i propri espositori da 53 a 700 aziende di notevole rilievo produttivo e commerciale”*.

Qualche dato per fornire una dimensione dell'ammontare complessivo del mercato: l'outdoor italiano nel 2008 è, al valore di vendita, di 1,202 miliardi di euro. Per il 2009, la cifra dovrebbe aver raggiunto il miliardo e 300 milioni. La valutazione comprende anche le strutture più “hard” dell'arredo per esterni, quali camminamenti, strutture coprenti, gazebo, ombrelloni etc., dove il legno è materia prima essenziale.

### Lo stato di salute delle aziende che operano nell'outdoor?

Lo chiediamo a Ferdinando Crespi, responsabile Ufficio Stampa di SUN.

*“In generale nel 2009 il comparto ha sofferto per la crisi come tutti gli altri settori dell'arredo, ma in maniera sensibilmente diversa: la crisi infatti ha frenato, senza fermarla, una crescita destinata comunque a ripartire. Le nostre analisi lo confermano: è un mercato relativamente giovane, rivolto a un pubblico più di nicchia e per questo le aziende dell'outdoor sono anche più agili e in grado di affrontare con maggiore disinvoltura i periodi più difficili.*

*Le imprese cosiddette “grandi” del comparto sono poche, e comunque hanno una visione ampia del mercato, si affidano a grandi nomi del design e si aprono a mercati esteri con reti commerciali molto strutturate. Il resto del mercato è presidiato, egregiamente, da piccole aziende, molte di taglio artigianale o postartigianale, anche di composizione familiare, che puntano sulla qualità dell'offerta e su una struttura interna agile.*

*Altro motivo di crescita è senza dubbio il fatto che il 35% circa del mercato dell'arredo per esterni italiano sia destinato al settore contract (grandi forniture rivolte per lo più alla filiera dell'ospitalità): è un'area di mercato che in Italia continua a crescere, anno per anno e che – aspetto molto importante – vede nel legno un protagonista assoluto tra i materiali”*.

### Che posto occupa l'Italia nel mercato mondiale dell'outdoor?

*“È tra i leader. Se i prodotti europei piacciono e trovano acquirenti nel mondo intero, quelli italiani incontrano comunque il maggior interesse per design, qualità, tasso d'innovazione, personalizzazione del servizio; non a caso, in Europa, l'Italia è leader assoluta dell'export nel settore.*

*La Cina c'è, inutile negarlo, ma in un mercato che richiede qualità anche in periodi di magra, la Cina non ha grandi spazi di manovra: nell'arredo per esterni qualità significa in primis durabilità e resistenza, poi comfort, certificazione e assistenza. Non significa spendere poco, significa investire a medio e lungo termine”*.

mondo legno 46