



ubo comunicato stampa

Made in Italy e Made in China: i due sistemi industriali dell'arredamento a confronto.

CLAC, grazie al contributo della Regione Lombardia e della Camera di Commercio di Como, ha organizzato dal 14 al 20 dicembre 2006 una iniziativa volta ad approfondire la conoscenza del mercato dell'arredamento cinese. La delegazione imprenditoriale ha visto la partecipazione di Misura Emme spa, Emmemobili srl, Enrico Pellizzoni srl, Marelli Carlo srl, Mida snc, Asnaghi Interiors srl, Pifferi Alpi snc, Consorzio PAC. Hanno inoltre partecipato all'iniziativa ingegneri, architetti e ricercatori interessati a verificare lo sviluppo del sistema arredamento cinese.

Basta aprire un qualsiasi quotidiano o una qualsiasi rivista per raccogliere informazioni *"sul più grande attore mai apparso sulla scena in tutta la storia del genere umano"* (Lee Kuan Yu, Senior Minister, Singapore), informazioni che dipingono la Cina in maniera contrastante e che ne mettono in evidenza a volte le sue mille luci, altre il suo volto più oscuro.

In un quadro tanto contraddittorio quanto unanime nel dipingere il colosso Asiatico come il mercato emergente più attraente e pericoloso per tutta l'economia mondiale, avvicinarsi di persona, toccare con mano la sua realtà produttiva e commerciale, è l'unico modo per decidere con cognizione di causa se arroccarsi su posizioni difensive e protezionistiche oppure cercare di sfruttare quegli spazi di mercato che lo sviluppo economico sta aprendo nella società cinese.

Con una quota del 20,5% del valore mondiale di import di prodotti di arredo (valore stimato in oltre 70 miliardi di euro da Federlegno Arredo nel 2004), la Cina è oggi il leader mondiale del mercato del mobile, con un sistema produttivo capace di aggredire i mercati di esportazione puntando sulla leva competitiva del prezzo e facendo forza su un mercato interno che ancora oggi è di sicuro l'elemento più rilevante del fenomeno cinese.

Lo sviluppo economico, e l'utilizzo di un approccio al mercato di stampo capitalista nel regime socialista per eccellenza, ha portato negli anni ad una trasformazione del tenore di vita della popolazione che, seppure in strati molto definiti e limitati, si sta adeguando agli schemi ed ai gusti occidentali anche in fatto di arredamento.

Per aiutare gli imprenditori lombardi del settore legno arredo a meglio comprendere queste evoluzioni del mercato e della società cinese, CLAC ha organizzato nel marzo 2006 una missione conoscitiva nel Guangdong, un'area territoriale fra Dongguan, Shenzhen e Guangzhou, assimilabile alla nostra Brianza per specializzazione produttiva e



concentrazione di aziende del settore legno arredo.

Considerando il successo e l'interesse degli imprenditori verso questa iniziativa CLAC, grazie al supporto della Regione Lombardia e della Camera di Commercio di Como, ha organizzato una seconda iniziativa sul territorio cinese dedicata agli operatori del settore legno arredo nel mese di dicembre.

Dopo aver visitato ed assimilato il volto produttivo della Cina nel Guangdong, si è voluto focalizzare la propria attenzione sulla enorme capacità distributiva di questa realtà andando alla scoperta di una metropoli come Pechino, ad oggi uno dei principali mercati di riferimento per i beni "luxury" tipici della produzione Made in Italy.

Con una veste occidentalizzata che tende nascondere tutto ciò che di tradizionale può offrire questa città, Pechino ha raggiunto nel 2004 un prodotto interno lordo di circa 42,8 miliardi di euro, soprattutto grazie al settore terziario che costituisce il 60% del PIL: la crescita economica ed immobiliare è particolarmente sostenuta tanto che nel 2004 sono stati venduti 25 milioni di metri quadrati di superficie immobiliare residenziale, per un ricavo di 10,8 miliardi di euro. Questo trend ha fatto di Pechino un vero e proprio cantiere a cielo aperto negli ultimi anni, un cantiere che deve attrarre senza il minimo dubbio i nostri produttori di arredo, che avranno sempre di più la possibilità di offrire il proprio prodotto a consumatori in grado di apprezzare la nostra offerta.

Usando come perno dell'iniziativa l'inaugurazione della mostra "iMade: i modi del produrre" presso la fiera Capital Design Show (17-21 dicembre 2006), l'iniziativa organizzata da CLAC in collaborazione con la società di servizi cinese Darren Group, ha accompagnato una rappresentanza del sistema legno arredo lombardo composta da imprenditori, architetti, ingegneri e ricercatori alla "scoperta" dello sfaccettato sistema dell'arredo cinese, visitando la fiera CDS, realtà produttive e numerosi siti distributivi nella città di Pechino.

Quattro giorni fatti di visite, incontri, momenti di confronto, quattro giorni di certo utili per porsi domande e cercare di scegliere una strada per avvicinarsi al mercato cinese, che in più di un'occasione ha stupito per la qualità che il prodotto di arredo è in grado di offrire.

Se la fiera Capital Design Show non può essere paragonata alle corrispettive manifestazioni di Dongguan e Guanzhou, ha comunque dimostrato che la manodopera cinese riesce a dare il meglio di sé quando fa leva sulle proprie tradizioni e la propria millenaria cultura. I prodotti "tradizionali", gli arredi dal chiaro sapore orientale non solo hanno chiarito che la qualità produttiva può essere un carattere distintivo dell'offerta cinese, ma hanno anche aumentato il rammarico nel verificare come il fenomeno del plagio non fa altro che abbruttire un sistema produttivo in grado di esprimersi su livelli di assoluta eccellenza.

Fra stand dal limitato appeal, sia per gli allestimenti che per la qualità dell'offerta di design, non è mancata però qualche sporadica presenza di prodotti degni di attenzione per l'interessante rapporto costo-qualità, riaffermando quei miglioramenti del sistema produttivo legno arredo ormai sotto gli occhi dell'intero mondo.

E di certo non solo in fiera si è potuta verificare questa tendenza, ma anche e soprattutto nel corso delle visite agli showroom, presenti con una intensità capillare soprattutto nelle zone centrali della città e concentrati nella maggior parte dei casi in "centri commerciali" specializzati.



Missoni casa, Natuzzi, Calia, Chateau d'Ax, Colombini, Former, Molteni, Flexform, Flou, Matteo Grassi sono solo alcuni dei marchi italiani incontrati in strutture distributive come il COFCO Plaza, Meiting o Vita, marchi che devono affrontare la competizione di produttori cinesi come Dickson o Camerich, il cui prodotto ha attirato l'interesse dei nostri imprenditori sia per la qualità che per la preoccupante somiglianza con le linee di una parte della nostra offerta.

Ma dove nascono questi prodotti così economici e sicuramente non scadenti? Come può il sistema produttivo cinese permettersi certi costi di produzione?

Per rispondere a questi interrogativi ed avere una chiara visione della situazione odierna è indispensabile affondare mani e naso nella polvere e nel truciolo delle imprese cinesi, visitandone i reparti produttivi e parlando con i loro proprietari. Lascia un senso di sconforto entrare nel reparto intagliatura di una ditta che produce classico e contare 90 persone con scalpello in mano, operai che non solo devono lavorare per tempi ben superiori della nostra manodopera, ma che soprattutto devono accettare salari da 50 euro al mese.

Imprese che contano non meno di 1500 dipendenti e con aree produttive con estensioni di svariate migliaia di mq, fatturati superiori ai 40 milioni di euro e tassi di crescita del 15% annui, quote di fatturato export intorno al 10% - 20%, ma soprattutto dei costi di incidenza della manodopera sul costo industriale del prodotto che non superano il 15%.

Ma come si possono paragonare queste realtà con le nostre "botteghe" delle Brianza che contano di media 6 dipendenti? Cosa ci può ricordare la nostra produzione? Di sicuro i macchinari e le tecnologie, ormai completamente occidentali (i macchinari di produzione sono italiani, tedeschi, danesi), di certo non le condizioni ambientali in cui i lavoratori sono costretti ad operare. A volte viene da sorridere e da pensare che la prossima delegazione dovrebbe comprendere anche le rappresentanze sindacali per "esportare" in Cina le nostre leggi e i nostri modelli di lavoro.

Di sicuro resta chiara la consapevolezza che la fascia alta del mercato è ancora nelle mani dei nostri produttori, la cui qualità di produzione, l'innovazione, la ricerca e l'innata capacità di dettare mode e trend non è di certo paragonabile a quella verificata durante questa esperienza.

Il Made in Italy ed il Made in China sono due sistemi che ad oggi si guardano con rispetto e con timore, sicuri di essere due modelli vincenti in modi altrettanto differenti, si potrebbe quasi dire complementari. Ognuno fa leva su capacità che l'altro non possiede, e, forse, vorrebbe poter raggiungere.

Aggredendo due fasce di mercato differenti la competizione oggi fra questi sistemi industriali è indiretta, ma pur sempre presente nel panorama internazionale. Fino a quando però tale sfida rimarrà su questo piano, in quanto tempo la competizione diventerà diretta per lo stesso tipologia di clientela? E quale dei due sistemi convergerà verso le caratteristiche dell'altro?

Queste domande, oggi ancora aperte, devono comunque far riflettere gli imprenditori del nostro sistema legno arredo. Oggi più che mai è necessario prendere una posizione nei confronti della Cina, valutarne rischi ed opportunità prima di decidere come affrontare questo mercato, tanto affascinante quanto rischioso.

Senza la pretesa di voler fornire tutte risposte, ma con l'obiettivo di voler far nascere idee e riflessioni, l'iniziativa promossa da CLAC ha voluto essere un piccolo passo per meglio avvicinare gli imprenditori lombardi alla comprensione del "fenomeno Cina" e per evidenziare i valori sottesi al prodotto Made in Italy in questo complesso mercato di riferimento.



NOTE AGGIUNTIVE

IMPRESE VISITATE

Beijing Posh Furniture, Ltd
Dipendenti: 1700
Fatturato 2005: 400 mil. RMB
Export: 10% del fatturato
Incidenza costi della manodopera sul costo industriale: 7%

QM Furniture Ltd
Dipendenti: 2000
Fatturato: 600 mil. RMB
Export: 2% del fatturato
Incidenza costi della manodopera sul costo industriale: 13%

ENTI FINANZIATORI

Regione Lombardia
DG Artigianato e Servizi

Camera di Commercio di Como

