

# Made in Brianza

## La riflessione

### QUELLO STAND ALLA PORTATA DI CHI LAVORA

■ Difficile per gli imprenditori, diciamo più concreti, passare dalla realtà alle potenzialità che offre oggi il mondo virtuale. Eppure sembra una strada ormai obbligata in un contesto che viaggia sempre più veloce a video e in cui si chiede una costante compressione dei costi. Ecco cosa passa per la testa di un artigiano: «Questa volta ho un prodotto davvero eccezionale. Il mio caporeparto è stato davvero bravo a introdurre quell'idea per migliorare il fusto. Del resto ha un'esperienza senza la quale non potrei andare avanti: meno male che è con me da trent'anni. Ora che il divano è perfetto devo trovare il modo di presentarlo al mercato. Fare un catalogo della nuova produzione però è un salasso: non bastano 50mila euro per l'intera collezione. Mia moglie mi ha detto di partecipare a una fiera. Ho qui sulla scrivania i costi: per lo stand 12mila euro, compresa l'inclusione nel catalogo generale. Più Iva. Ma non è tutto perché io in quella settimana devo stare fuori casa; non sarò in laboratorio e nemmeno in ufficio e in

più dovrò prendermi una camera in albergo. Vediamo qui su Internet quanto costano. Settantacinque euro al giorno per la mezza pensione, che moltiplicati per sette giorni, tra montare e smontare lo stand oltre alla permanenza nei giorni della fiera fanno 525 euro. Solo per me. Poi c'è anche mio figlio. Quindi passiamo i 1000 euro. E poi ci sono le spese per allestire lo stand: due giorni tra montare e smontare: anche qui un migliaio di euro non li vedo neanche. E poi devo stampare qualche brochure da distribuire: si sa quando la gente arriva sono come le cavallette. Tira su tutto. Lo stampatore mi ha detto che tra progetto grafico e 5000 brochure siamo intorno ai 3mila euro e mi fa un favore perché sei mesi fa gli ho rifatto la fodera del vecchio divano praticamente gratis. Vediamo quanto fa in totale: 17mila euro e poi si attaccherà come al solito qualcosa di diverso. Un po' troppo per 4 giorni di fiera. E poi chi mi dice che tutti quelli che partecipano sono proprio interessati? No no, ci deve essere un altro modo. Ci deve essere».

## Arriva la prima fiera virtuale in 3D Legno-arredo e design nella rete

L'Italian Furniture dal 27 al 29 novembre permetterà anche alle piccole realtà di promuovere prodotti e proposte con foto e filmati in uno scenario globale

■ Dare la possibilità alle piccole e medie imprese del legno-arredo e design di allacciare contatti con l'estero senza muoversi dal desk.

È l'«Italian Furniture Design» la prima Fiera Virtuale del settore - una vetrina sul web in formato 3D - organizzata dalla Camera di commercio di Monza e Brianza, con il supporto dell'azienda speciale Promos e in collaborazione con Apa Confartigianato Milano, Monza e Brianza, che si terrà in rete i prossimi 27, 28, 29 novembre 2012.

Si tratta di consentire anche alle aziende di piccole dimensioni, finora escluse dalle grosse fiere di settore, di avere l'opportunità per promuovere la propria realtà imprenditoriale in uno scenario internazionale, attraverso una campagna marketing mirata, con uno stand virtuale in cui promuovere prodotti con fotografie e filmati, per acquisire nuovi clienti all'estero, sia in Europa che nei Paesi extraeuropei.

Non solo perché Italian Furniture design sarà un appuntamento che permetterà di conoscere meglio il settore del legno-arredo e design, il trattamento del legno, dei metalli e dei nuovi materiali, e di prendere contatto con le aziende protagoniste della fiera che nel loro insieme coprono l'intera filiera produttiva con lavorazioni ad alto livello.

Un settore che si conferma tra i più importanti in Italia. In Lombardia sono 3.822 le imprese lombarde specializzate in attività di design, una su quattro tra quelle attive in Italia (24,5%), in crescita del 5,2% rispetto al 2010. L'area milanese con oltre 1.500 attività assorbe il 39,5% del totale regionale e il 9,7% nazionale (circa una impresa su dieci in Italia). Seguono in Lombardia per numero di imprese Como (2,8% nazionale), Brescia e Bergamo (2,5%) e Monza e Brianza (2,1%).

Per partecipare alla fiera, basta un click sul sito [www.ifurndesign.com](http://www.ifurndesign.com), dove sarà possibile registrarsi come espositore oppure come semplice visitatore, creare il proprio account, personalizzando l'avatar e il profilo dell'azienda, così come realizzare lo stand e aggiungere contenuti, tra cataloghi, prodotti e video, e poi scambiare biglietti da visita e salvare i contatti raccolti nell'apposita bag.

Sarà inoltre possibile comunicare con gli altri espositori e con i visitatori attraverso chat di testo oppure con le videochiamate di Skype, sistema che è già integrato sulla piattaforma web dell'evento.

Durante la fiera Italian Furniture Design, i visitatori avranno quindi l'opportunità di navigare nell'ambiente fieristico per conoscere le aziende partecipanti visitando i loro stand per

future opportunità di business. Un incontro di presentazione gratuito di Italian Furniture Design è stato organizzato per giovedì 27 settembre alle 17, presso la Camera di commercio di Monza e Brianza, in Sala Consiglio. È possibile scaricare la scheda di partecipazione all'incontro e inviarla via fax al numero 039.2807458 o via email a: [eventi@mb.camcom.it](mailto:eventi@mb.camcom.it).

La Camera di commercio di Monza e

Brianza, inoltre, sostiene la partecipazione alla Fiera virtuale delle aziende del territorio con voucher di 350 euro a impresa per uno stanziamento complessivo di 24.500 euro. Info e iscrizioni: Camera di commercio di Monza e Brianza, email: [ifd@mb.camcom.it](mailto:ifd@mb.camcom.it) e [www.ifurndesign.com](http://www.ifurndesign.com).

L.Sca.



## «Così stiamo nel mercato senza spese folli»

La testimonianza della Villa Art Design e della Vallmar di Desio: «È quasi un gioco»

■ Un'opportunità per mostrarsi al mercato estero senza spese folli, ma anche per incrementare il carnet di contatti.

Sono questi gli obiettivi principali di due tra le aziende che parteciperanno all'Italian Furniture Design, la Villa Art Design e la Vallmar, entrambe di Meda. Nata negli anni '60 e giunta alla seconda generazione, la Villa Art Design è specializzata nella laccatura e nella decorazione del mobile in stile.

«Per noi - ha spiegato il titolare Andrea Villa - quello di partecipare alla fiera virtuale è forse l'unico modo per andare all'estero e per trovare nuovi contatti oltreconfine. Altre fiere come il Salone del Mobile hanno infatti dei costi troppo elevati per un'azienda come la nostra». L'azienda non ha ancora esperienza di mercato estero e proprio per questo Villa ha voluto partecipare all'appuntamento del prossimo novembre che si annuncia particolarmente stra-

tegico per tutte le realtà del made in Monza: «Stiamo puntando su un prodotto da presentare all'estero: si tratta di un mobile design ricercato, con finiture classiche. È un tipo di prodotto molto apprezzato in paesi come la Russia, che ama ancora le decorazioni floreali, lo stile barocco, l'oro, ma anche come la Cina». L'obiettivo principale non è quello di utilizzare la piattaforma di Italian Furniture Design per l'e-commerce: «Alla fine dell'evento - ha concluso Villa - spero che saremo riusciti a raccogliere un buon numero di contatti». Più che sulla vendita, infatti, gli espositori puntano soprattutto ad un secondo incontro, magari fuori dal web.

È quanto pensa anche Alessandro Tagliabue, titolare di Vallmar, impresa di marmi che progetta e realizza pavimenti, rivestimenti per bagni, scale, piscine, colonne, mosaici, e tutto ciò che è legato all'arredamento e all'edilizia.

L.Sca.

«Quella dell'Italian Furniture Design - ha spiegato Tagliabue - mi sembra un'ottima idea per permettere alle piccole e medie imprese della Brianza di fare una fiera all'estero, senza particolarmente sostenere dei costi. Senza contare che la trovo molto innovativa». La Vallmar conta delle partecipazioni a fiere «tradizionali» e il paragone con l'Italian Furniture Design è subito fatto: «In passato - ha proseguito Tagliabue - abbiamo partecipato al Salone del Mobile: oltre all'impegno economico gravoso, si tratta di una fiera che richiede molto tempo: si deve montare e smontare lo stand, senza dimenticare la presenza al salone. La fiera virtuale, al contrario, non è costosa e necessita di poco tempo, cioè tre giorni al desk davanti al pc. E poi dovendo creare l'avatar e lo stand, è quasi un gioco e anche un solo nuovo contatto ripaga dell'investimento. Ci credo molto».



MARCO CAMPANARI



## «Facciamo matching a tutto campo»

■ È Marco Campanari il ceo e deus ex machina di Hyperfair, società informatica nata due anni fa per rivoluzionare il mondo delle fiere. Con l'aiuto del web.

Perché scegliere proprio questo ambito? Abbiamo deciso di partire da qui perché gli eventi fieristici per le imprese sono sicuramente impegnativi in termini di costi e risorse. In più la crisi ha reso molto difficile la partecipazione a queste manifestazioni e se consideriamo che la platea di micro e piccole imprese italiane, circa 98%, non è nella condizione di avere accesso a manifestazioni fieristiche proprio per i costi, lavorare per creare un prodotto virtuale che desse la possibilità a tutti di presentare propri prodotti e conoscere direttamente i buyer ci sembrava un'occasione da non perdere. Lo strumento virtuale che abbiamo messo a punto permette proprio a questa tipologia di imprese di fare matching, incontrare potenziali clienti non solo in Italia ma anche in altri Paesi, internazionalizzando quindi il brand.

Come è nata l'idea di Italian Furniture Design? Sicuramente da una intuizione del sistema camerale e del sistema associativo delle aziende artigiane. Prima la Camera di commercio di Monza e Brianza e poi anche quella di Como hanno deciso di sostenere il progetto, di creare un'opportunità di partecipazione fieristica virtuale per le imprese del legno arredo, che indubbiamente nella nostra zona sono le più qualificate al mondo. I partecipanti, infatti, sono imprese artigiane che necessitano di avere un salone dedicato per pubblicizzare propri prodotti e di guardare anche all'estero.

Non è comunque un segreto che l'alfabetizzazione informatica degli imprenditori brianzoli, generalmente parlando, non sia particolarmente alta. Come aiuterete le aziende in questa avventura? La nostra è una azienda americana, ma con una subsidiary italiana, a Lecco. Il team tecnologico italiano è quello che ha costruito il sistema. La piattaforma che abbiamo creato è stata poi oggetto di un profondo lavoro che ha portato a una release (versione) molto semplice. Attraverso gli avatar le persone si muovono nell'ambiente virtuale in modo intuitivo: dove c'è uno stand affollato non vado, dove è libero sì. Per questa ragione una volta appresi i semplici rudimenti per la gestione dello spazio dalla propria postazione internet sarà facile immergersi nell'esperienza virtuale della fiera. Con le camere di commercio, poi, stiamo facendo delle sessioni dimostrative. A Monza ci sarà il prossimo 27 settembre alle 17. Per una impresa qual è il risparmio che si ottiene partecipando a una fiera virtuale? Indubbiamente fatto 100 il costo complessivo per un'impresa che intende partecipare a una fiera reale, comprendendo lo stand e tutte le spese accessorie, compresa la logistica, per una fiera virtuale si sborsa da un minimo di 10 a un massimo di 20. Ma non è solo l'economicità il vantaggio maggiore. Il vero plusvalore è costituito dal fatto che in una fiera virtuale come quelle che proponiamo noi il matching avviene con utenti tutti profilati e che hanno intenzioni specifiche di entrare in contatto con gli espositori o anche con altri visitatori. Si crea sostanzialmente un ambiente favorevole allo sviluppo di dialogo e di business.

Sabrina Arosio



## Tutti gli interessi della Brianza Globale

L'Europa resta un riferimento ma cresce l'export verso l'Asia e l'America

■ Quello di Brianza Globale è tutt'altro che un concetto astratto. La vocazione internazionale della Brianza è, infatti, stata certificata dall'omonima ricerca della Camera di commercio di Monza e Brianza: dal punto di vista delle esportazioni, quello brianzolo è un territorio competitivo nel panorama regionale e che in particolare ha raggiunto i livelli delle province a maggior export in regione dopo Milano, cioè Brescia e Bergamo (capitali storiche del manifatturiero lombardo), attestandosi come la seconda provincia per import e la quarta per export in Lombardia. La Brianza conferma, dunque, la maggiore integrazione su scala globale rispetto all'Italia, alla Lombar-

dia e alla provincia di Milano: l'Europa rimane infatti il mercato di riferimento per le importazioni e le esportazioni di Brianza, Lombardia ed Italia, con valori che si attestano quasi tutti intorno al 70%. Il nostro territorio registra, però, cifre inferiori per le esportazioni europee rispetto alla Lombardia ed Italia, poiché le esportazioni verso l'Asia e l'America hanno un'incidenza maggiore (22% e 12% del totale esportazioni). In particolare, molto rilevante è l'interscambio brianzolo con la Cina sul totale dell'Asia, che si attesta intorno al 17%. Un'analisi per settore evidenzia l'importanza della manifattura sia nelle esportazioni che nelle importazioni: le esportazioni del settore

manifatturiero pesano per il 97,5% del totale export. Tra queste di particolare rilievo l'export dei comparti «Macchinari ed apparecchi n.c.a.», «Prodotti tessili, abbigliamento, pelli e accessori» e «Metalli di base e prodotti in metallo, esclusi macchine e impianti», rispettivamente con un peso sul totale manifatturiero del 24,9%, 15% e 12,7%. Per quanto riguarda invece le importazioni, il settore manifatturiero incide per il 92,5% del totale import. La situazione è simile a quella delle esportazioni, ma in aggiunta spiccano i settori «Mezzi di trasporto», «Computer, apparecchi elettrici e ottici» e «Sostanze e prodotti chimici», rispettivamente con un peso sul totale manifat-

turiero del 20,6%, 16% e 9,5%. Secondo il rapporto di Brianza Globale in Italia, Lombardia e Brianza i valori medi negativi registrati negli ultimi anni hanno inciso su tutto il periodo post 2000, abbassando anche i valori medi della prima parte del decennio: le riduzioni più consistenti, in termini reali, sono quelle che interessano l'import, che arretra mediamente il doppio rispetto all'export. Che tuttavia nell'ultimo anno - secondo gli ultimi dati congiunturali disponibili - ha subito forti contraccolpi: è infatti scesa al 28% la quota del fatturato estero dichiarato dalle imprese brianzole. Su base congiunturale, invece, crescono leggermente gli ordini (+0,8%).