



Salone del Mobile: bisogna innovare per crescere

Salone del Mobile: bisogna innovare per crescere

Intervista al presidente Claudio Luti, per cui il Salone deve diventare un evento sempre più in rete con la città, internazionale e promotore all'estero di se stesso e delle aziende che rappresenta

Come ogni anno, dal 1961, siamo arrivati alle date in cui si celebra il grande evento del [Salone del Mobile di Milano](#), che coinvolge tutta la città e accende un faro che dalla capitale lombarda concentra l'attenzione di tutto il mondo sul design. Kermesse internazionale per definizione, il Salone costituisce anche un momento di riflessione e bilancio sulle politiche nazionali, soprattutto dal punto di vista economico. Abbiamo voluto parlarne con Claudio Luti, protagonista d'eccezione, che da poco è tornato alla guida della manifestazione.

Presidente, per lei è un ritorno al futuro, non solo perché ha già avuto modo di condurre il Salone, ma anche perché, con la sua azienda, ne è stato uno dei protagonisti negli ultimi decenni. Dopo 55 anni di successi e di continua crescita

qualitativa e quantitativa, come si può continuare a migliorare ancora?

Sono molto onorato e orgoglioso di ricoprire questo incarico. Ho accettato con piacere l'invito di Emanuele Orsini, presidente di FederlegnoArredo, a occuparmi del Salone perché ritengo sia molto importante in questo momento poter lavorare per rafforzare sempre di più il valore di questo nostro brand. La parola chiave per guardare al futuro è innovazione. Dobbiamo continuare a innovare sul prodotto, sul processo produttivo, nella modalità di rappresentarci e di essere attrattivi per il più vasto numero di persone che da tutto il mondo vengono a Milano. Il binomio imprese che innovano – città di Milano è l'elemento che rende il Salone un evento unico e imprescindibile. Il nostro impegno si dovrà concentrare nel rafforzamento e nella valorizzazione del Salone puntando sulla capacità non solo di offrire prodotti al mercato, ma creare emozioni con presentazioni e progetti innovativi, con pensieri e contributi culturali capaci di rendere la settimana del Salone un momento di confronto su diversi livelli.

Il Salone è punto di riferimento per tutto il mondo, da tutto il mondo si viene a Milano e si guarda alla nostra città, ma il Salone va anche nel mondo, a Mosca e, dall'anno scorso, a Shanghai. Come vede il ruolo del Salone sulla scena internazionale?

Il Salone del Mobile è Milano e credo sia innanzitutto importante continuare ad affermare e fare crescere il valore della manifestazione a Milano. Garantire ai suoi visitatori sempre il massimo del servizio e dell'offerta. Creare rete con la città, il suo sistema culturale, creativo, formativo, con gli architetti, i designer, l'editoria, le gallerie d'arte, i musei e i negozi. Insomma un insieme di attori che fanno di Milano un polo di attrazione. Contemporaneamente dovremo analizzare le diverse opportunità già esplorate o ancora da esplorare nei diversi punti del mondo per promuovere il marchio e le aziende a livello internazionale.

Il sistema paese Italia e quello Europa non versano in condizioni brillanti. Il Salone riuscirà a cogliere sempre nuove opportunità o alla lunga potrà soffrire di questa condizione?

Le imprese si impegnano ogni anno a portare al Salone il meglio, e lo fanno superando le mille difficoltà di varia natura, anche riferite ai contesti politico-economici in Italia e in Europa. Il lavoro quotidiano fatto con tanta passione si traduce in prodotti e in elementi che contribuiscono a rinnovare continuamente la modalità di approccio mantenendo salda l'identità

del marchio.

In che cosa ci stupirà l'edizione del Salone che va ad aprire le porte?

Spero ci saranno tante occasioni di stupore proprio perché il Salone a ogni sua edizione è capace di trasferire emozioni nuove e molto speciali.

Per approfondire

Chi è Claudio Luti

Nasce a Milano e si laurea in Economia e commercio all'Università Cattolica di Milano. Prima di arrivare in Kartell (dal 1977 al 1987) è stato socio fondatore in Gianni Versace spa di cui è stato amministratore delegato. È oggi presidente e proprietario di Kartell, specializzata nella produzione di arredi e complementi in materiali plastici su scala industriale. Rilevata nel 1988 da Giulio Castelli, ha portato Kartell a un export del 75%, oltre 130 Flagship store, 250 Shop in Shop, oltre 2500 rivenditori in oltre 130 paesi, più di 150 famiglie di prodotti a catalogo firmati dai più importanti progettisti al mondo. Negli anni ha ricevuto premi e riconoscimenti italiani e internazionali tra cui 9 Compassi d'Oro, il "Premio Leonardo Qualità Italia 2011" e il Premio Ernst & Young "L'Imprenditore dell'anno 2011", assegnato a Luti per la categoria "Fashion & Design", e il Premio del Salone del Mobile 2016 per il miglior allestimento. Anche il Museo Kartell, fondato da Luti nel 1999, è stato insignito di premi tra cui quello ricevuto nel 2000 dal Guggenheim come Migliore Museo di Impresa. Nel 2015 Luti è stato insignito del titolo di Ambassador di ExpoMilano2015. Dal 2012 al 2014 ha presieduto Cosmit ed è stato rinominato alla presidenza del Salone del Mobile nel marzo del 2017. Attualmente è anche vicepresidente, con delega al settore design, di Fondazione Altagamma, di cui è stato presidente nel 2012.

 [Condividi](#)