

Rapporti Design

Il mercato interno batte l'export con la spinta degli incentivi

Scenario e dati. Nel 2021 le vendite di arredo e illuminazione in Italia sono salite del 23,7% sul 2020 (le esportazioni del 20,9%) consentendo alle imprese di recuperare largamente i livelli pre pandemia

Giovanna Mancini

Effetto degli incentivi fiscali legati alla casa sul dinamismo straordinario che ha caratterizzato il mercato interno italiano lo scorso anno è innegabile. Difficile spiegare altrimenti le percentuali di crescita registrate dalle vendite di mobili in Italia, più simili ai tassi di incremento di Cina o Stati Uniti che a quelli del fastidioso mercato interno conosciuto negli ultimi 10-15 anni.

Uniti alla nuova centralità nell'interesse degli italiani conquistata dall'ambiente domestico, i bonus fiscali hanno spinto le vendite di arredo e illuminazione nel nostro Paese del 23,7% rispetto al 2020, consentendo alle aziende di recuperare abbondantemente i livelli pre-pandemia, con una crescita del 11,3% rispetto al 2019, secondo i dati elaborati dal Centro studi di FederlegnoArredo. Percentuali superiori a quelle (pur significative) delle esportazioni, cresciute lo scorso anno del 20,9% sul 2020 e del 9,3% sul 2019. Certo, fanno notare dall'associazione di categoria, questi dati andranno nei prossimi mesi analizzati alla luce dei bilanci delle aziende, per capire quanto abbiano inciso su questi risultati gli aumenti dei prezzi di listino praticati da molte aziende già negli ultimi mesi del 2021 (e nuovamente a inizio 2022) per compensare in parte i

maggiori costi di produzione, dovuti al rincari delle materie prime, dei trasporti e del gas - tutti problemi che la guerra scatenata dall'invasione russa in Ucraina ha aggravato.

Tuttavia, aumenti di fatturato così significativi - uniti alla politica di contenimento dei costi adottata da molte aziende - hanno permesso alle imprese di chiudere un 2021 definito da più parti «straordinario». I cui effetti positivi si sono fatti sentire ancora per tutto il primo trimestre. Più difficile prevedere che cosa accadrà nella seconda parte dell'anno, qualora il conflitto tra Russia e Ucraina dovesse

proseguire e, con esso, tutte le ricadute a esso collegate sul fronte degli approvigionamenti, ma anche dell'incertezza generata nelle imprese e nei consumatori. Il timore è soprattutto per gli effetti dell'inflazione, che erode il potere d'acquisto, ma anche la fiducia, degli italiani.

«Il 2021 è stato caratterizzato da un recupero importante, soprattutto sul mercato interno - dice Edi Snaldero, consigliere incaricato gruppo cucine di FederlegnoArredo, commentando i dati del comparto cucine, che l'anno scorso ha registrato in Italia un aumento del 30,7% sul 2020 e del 16,8% sul 2019 -. Le preoccupazioni riguardano una crescita frenata dai rincari, ma gli imprenditori sono abituati a investire nel futuro».

Anche il settore dell'arredobagno (protagonista al Salone del Mobile di quest'anno assieme proprio alle cucine) ha registrato nel 2021 incrementi maggiori in Italia (+14,1% sul 2019) che all'estero (+8,5%), grazie soprattutto al traino degli incentivi, che in questo settore premiano le soluzioni innovative e tecnologiche delle aziende, in grado di ridurre consumi e impatto ambientale.

Il bonus mobili si conferma dunque uno strumento irrinunciabile per la filiera del legno-arredo, come dimostrano i numeri elaborati e diffusi dal ministero dell'Economia e delle Finanze - Dipartimento delle Finanze. Dalla sua introduzione nel giugno

del 2013 sino alla fine del 2020, questa misura (che consente di detrarre il 5%, in dieci anni, delle spese sostenute per l'acquisto di arredi in concomitanza con una ristrutturazione abitativa, fino a un massimo di 10 mila euro) ha coinvolto oltre un milione e mezzo di contribuenti, generando un valore complessivo di circa 9,56 miliardi di euro, che salgono a 19,7 miliardi di euro, considerando anche il bonus per le giovani coppie (in vigore nel 2016). Confrontando questo dato con quello dell'anno precedente (8,5 miliardi di spesa complessiva nel periodo 2013-2019), è evidente l'efficacia che ancora caratterizza questo strumento a distanza di anni. Anche per questo FederlegnoArredo ne ha chiesto in più occasioni una stabilizzazione al governo, che in parte ha accolto la richiesta, prorogandolo (nell'ultima Legge di Bilancio approvata) fino a tutto il 2023. Il governo ha ora avviato una riflessione e una revisione dei diversi bonus fiscali legati all'edilizia per i prossimi anni e in questa direzione vanno alcune proposte avanzate da tempo da FederlegnoArredo per rendere queste misure più sostenibili per le casse dello Stato, ad esempio introducendo criteri premianti per soluzioni eco-compatibili, oppure riducendo le aliquote ma prolungando la durata, in modo da consentire a consumatori e imprese di pianificare spese e investimenti.

© EPICOLONICA DESIGN

Dal 2013 il bonus mobili ha coinvolto oltre 1,5 milioni di cittadini e generato acquisti per 9,5 miliardi

Le previsioni per la seconda parte del 2022 restano incerte, soprattutto se il conflitto in Ucraina non si fermerà

30,7%

LE VENDITE DI CUCINE
Nel 2020 l'incremento delle vendite di cucine sul mercato interno è stata del 30,7% rispetto all'anno precedente

LOMBARDIA

Il rush del distretto della Brianza Poliform e Living Divani centrano i migliori risultati della loro storia

I brianzoli sono pratici per natura e i mobili non fanno eccezione. Alle parole, preferiscono sempre i fatti. Incontrando due campioni dell'arredamento e del design brianzolo, la Poliform di Inverigo e Living Divani di Anzano del Parco (nel cuore del distretto brianzolo del legno-arredo), si avvertono subito passione, voglia di fare e fiducia nel futuro, nonostante i tempi difficili che stiamo vivendo. Entrambe le aziende, pur con numeri diversi, hanno ottenuto nel 2021 i migliori risultati della loro storia: Poliform ha chiuso l'anno con un fatturato di 205 milioni di euro (80% export), con una crescita del 19% sul 2020; Living Divani con un fatturato di 26,4 milioni (78% export), il 38% in più del 2020. E anche i primi mesi del 2022 sono andati benissimo: nel primo trimestre, il portafoglio ordini di Poliform è cresciuto del 40%, mentre nei primi quattro mesi dell'anno in corso, il fatturato di Living Divani è salito di un ulteriore 15%. La qualità, l'eleganza e l'unicità delle creazioni delle due aziende brianzole, apprezzate in tutto il mondo, sono più forti della crisi. Dice Marco Spinelli, Product & R&D Manager di Poliform-russia e Ucraina in condono per il 7% sulle nostre esportazioni. Contiamo di assorbire le mancate vendite con il buon andamento di altri mercati: Stati Uniti, Asia, ma anche Europa e perfino Italia. Non ci siamo mai fermati, neppure durante la pandemia. L'innovazione è il nostro faro. Al Salone di Milano presenteremo la novità Architectural, cioè il progetto per arredare interamente

una casa (cucina, soggiorno, camera da letto) con le sole creazioni Poliform, bagni esclusi. In pratica, nasce la casa Poliform. Per quanto riguarda l'evoluzione del mercato italiano, le aspettative secondo Spinelli «al momento sono buone e contiamo molto nella spinta del Salone». Living Divani, cha fa parte di Altagamma, è una boutique di lusso del sistema imbottito. Spiega Carla Bestetti, amministratrice delegata di Living Divani (è la figlia dei fondatori Renato Pozzoli e Luigi Bestetti): «Il tratto caratteristico di



CARLA BESTETTI
Amministratrice delegata di Living Divani di Anzano del Parco (Co)

Living Divani è l'eleganza silenziosa. Alla base del nostro successo ci sono tanti giovani talenti scoperti grazie a un puntuale lavoro di scouting. Gli arredi di Living Divani hanno il pregio di integrarsi in tutti gli ambienti, compresi uffici, negozi, musei, ristoranti, fino alla nautica. Sul mercato Italia Bestetti dice: «Il mercato interno ha avuto una modesta contrazione nei primi mesi dell'anno, influenzata anche dal contesto internazionale. Però crediamo che nella seconda parte possa ripartire, sulla scia dell'entusiasmo alimentato dal Salone».

— Marco Morino
© EPICOLONICA DESIGN

Cassina

THE CASSINA PERSPECTIVE
cassina.com

Milan Paris New York London Los Angeles Madrid Dubai Tokyo

Rapporti
il Sole
24 ORE

07/06
2022

Mercato interno
Il bonus mobili
(e il lockdown)
hanno spinto
le vendite
a livelli
da record —p.2 e 3

Mercati globali
L'Europa
e gli Stati Uniti
tornano centrali,
ma crescono
anche Asia
ed Emirati —p.5-19



Storia e attualità. Il manifesto celebrativo dei 60 anni del Salone del Mobile di Milano disegnato da Emiliano Pizzi

Idee e tendenze
Dialogo,
vita quotidiana,
territorio,
sostenibilità:
le parole 'ordine
del futuro' —p.23-37



L'export cerca al Salone nuovi equilibri

Scenari. Secondo il Monitor di FederlegnoArredo, nei primi tre mesi del 2022 le vendite sono cresciute ancora a doppia cifra, ma aumentano i timori per un rallentamento. Feltrin: «La fiera del Mobile occasione per sondare i mercati». Intesa Sanpaolo: «Importante investire sull'Europa e gli Stati Uniti»

Giovanna Mancini

L'export di design made in Italy ha proseguito nei primi tre mesi del 2022 la corsa iniziata nella seconda metà del 2020. È presto per valutare quanto incidano, su questa crescita ancora a due cifre, l'onda lunga di un 2021 straordinario per ricavi e raccolta ordini, unita agli aumenti di listino resi necessari per compensare i perduranti rincari di materie prime ed energia. Di sicuro, le testimonianze delle aziende che troverete nelle pagine a seguire raccontano di un mercato ancora estremamente dinamico, a livello sia nazionale, sia internazionale. Una conferma arriva dal Monitor realizzato dal Centro Studi di FederlegnoArredo (Fla) su un campione di aziende associate: nel primo trimestre dell'anno le vendite dell'intera filiera (che nel 2021 aveva raggiunto il record di 69 miliardi di euro di fatturato alla produzione, superando del 12% i valori pre-pandemia) sono aumentate del 24,5%, con una dinamica accentuata sia in Italia (+27,2%), sia all'estero (+21%). Dati analoghi, con incrementi attorno al 20%, hanno interessato anche i comparti dell'arredamento e dell'illuminazione che, insieme, hanno raggiunto lo

scorso anno un fatturato di 26 miliardi di euro (+10,7% sul 2019), di cui 13,5 realizzati all'estero, con una bilancia commerciale attiva per oltre 9 miliardi di euro.

Ma se le imprese si presentano al Salone del Mobile di Milano che apre oggi alla Fiera di Rho (dove resterà fino a domenica) con bilanci in salute e portafogli ordini pieni, non mancano le preoccupazioni per i mesi a venire. Il timore è che a partire dall'autunno comincino a farsi sentire le conseguenze della guerra tra Russia e Ucraina, soprattutto l'inflazione, che potrebbe frenare la domanda a livello globale.

«L'export al momento sembra risentire in maniera ancora marginale del conflitto in corso - afferma il presidente di FederlegnoArredo Claudio Feltrin -, tanto è vero che i nostri principali mercati di sbocco hanno continuato a crescere a ritmi sostenuti nei primi tre mesi dell'anno». In particolare gli Stati Uniti, che tra gennaio e marzo del 2022 hanno registrato (secondo il Monitor Fla) un incremento del 28,3% per l'intera filiera, e il Regno Unito, con un +30%. Ma buone performance hanno interessato anche Francia (+9%) e Germania (+18%), le prime due destinazioni dei prodotti italiani. Anche sulle esportazioni, tuttavia, è atteso un rallentamento. Nessun allarme, ben inteso,

perché dopo la crescita record dello scorso anno e dei primi tre mesi, anche una chiusura d'anno in linea con il 2021 sarebbe comunque un buon risultato. Tuttavia occorrono prudenza e lungimiranza per affrontare uno scenario con troppe variabili: il mercato russo è in contrazione (-7,3% nel solo mese di marzo) sebbene meno di quanto ci si potesse attendere e, in ogni caso, il peso di Mosca sull'export totale dell'arredo è relativo (il 2,7% circa). «Il problema è piuttosto sulle importazioni di materie prime, in particolare di legname, di cui Russia, Bielorussia e Ucraina sono importanti fornitori per le nostre aziende», spiega ancora il presidente Fla, che sottolinea l'importanza di investire, come sistema Paese, su una politica forestale seria che renda l'Italia finalmente indipendente sotto questo fronte. E poi c'è la Cina, che sebbene resti un mercato importantissimo, ha dato segnali di frenata dovuti al prolungato lockdown in molte e importanti metropoli.

«Diversificare i mercati è fondamentale per le imprese, soprattutto per quelle più esposte nei Paesi a rischio - osserva Feltrin - il Salone del Mobile rappresenta una grande opportunità anche in questo senso». Ripositionarsi sullo scacchiere internazionale è necessario anche secondo Giovanni Foresti, senior

economist Direzione studi e ricerche di Intesa Sanpaolo: «Si stanno delineando nuovi equilibri nel commercio internazionale e sul medio termine potrebbero presentarsi alcune criticità, dovute ad esempio alla progressiva chiusura di alcuni mercati di sbocco o di approvvigionamento», dice. Per questo occorre riflettere sugli ottimi risultati raggiunti dall'arredo italiano in Europa e negli Usa lo scorso anno e nei primi tre mesi del 2022. «Sono mercati importanti, su cui vale la pena investire, anche alla luce di possibili nuovi scenari - osserva Foresti -. Gli Stati Uniti, in particolare, sono il mercato in cui il design made in Italy è cresciuto di più negli ultimi due anni e l'Italia è il primo Paese europeo per export di mobili. Eppure, la nostra quota è appena del 3%. I margini di crescita sono enormi». Un altro aspetto sottolineato da Foresti è la necessità, almeno per i gruppi più grandi e strutturati, di rispondere con una strategia "global" al possibile emergere di nuovi blocchi e protezionismi: «Le grandi aziende dovranno essere globali, ma al tempo stesso agire anche localmente, attraverso investimenti diretti esteri, sui mercati in cui potrebbero sorgere difficoltà commerciali», spiega.

08/03/2022/08/03/2022