



LE IMPRESE ITALIANE DELL'ARREDO: CAUTO OTTIMISMO PER IL 2023

Nel 2023, prevista una crescita del giro d'affari mondiale dell'arredo a circa 560mld di euro (+5%) dopo l'aumento a doppia cifra registrato nel 2022 (+12%) e nel 2021 (+14%)

Entro il 2027 si attende un'ulteriore crescita della produzione a 690mld di euro

Nel ranking mondiale 2022, l'Italia supera la Germania e si colloca al terzo posto per fatturato, dopo Cina e Stati Uniti

Le maggiori aziende italiane chiudono il 2022 con una crescita del 18% trainata dall'export (+20%)

Aumenta l'impegno delle imprese italiane per l'integrazione delle tematiche ESG nella vita aziendale

Milano, 6 giugno 2023

L'Area Studi Mediobanca presenta il **Report sull'arredo per la casa, l'ufficio e gli spazi per la collettività** che analizza i dati economico-finanziari di 286 aziende produttive nazionali con fatturato 2021 superiore a 10 milioni di euro e approfondisce l'andamento del settore a livello internazionale. Lo studio contiene inoltre un'analisi sulle dinamiche più recenti e prospettive del comparto e un focus sulle tematiche ESG. L'indagine completa è disponibile per il download sul sito www.areastudimediobanca.com

Produzione mondiale di arredo nel 2023 prevista ancora in crescita, ma su livelli inferiori rispetto al 2021 e 2022

Il settore dell'arredo continua a crescere. Le attese anche per il 2022 sono di un incremento a doppia cifra del giro d'affari mondiale (+12%) a circa **530 miliardi di euro** dai 470 miliardi di euro registrati nel 2021 (+14% sul 2020). Data l'incertezza economica, **per il 2023 si stima una crescita più contenuta pari al 5%**. Le previsioni di lungo periodo porterebbero comunque la produzione a 690 miliardi di euro nel 2027.

La **Cina**, pur mostrando segni di rallentamento, nel 2022 mantiene la leadership coprendo il 37,1% della **produzione mondiale**. Seguono, molto distanti, gli Stati Uniti (13,6%) e **l'Italia che, con una market share del 4,5%, supera la Germania (4,3%) nel ranking globale**.

L'Italia è il secondo esportatore di arredo dell'UE-27 dopo la Polonia e **quarto nel panorama mondiale**, dopo Polonia, Vietnam e Cina; quest'ultima domina la classifica con il 34,1% delle esportazioni complessive. L'UE-27 costituisce il principale sbocco commerciale del nostro Paese rappresentando il 45,9% delle esportazioni italiane di arredo. Segue l'Europa non UE (16,4%). Vi è dunque una netta preferenza per i mercati di prossimità, ma non vengono trascurati anche quelli più lontani come il Nord America e l'Asia.

Il successo sui mercati esteri si deve alla qualità dell'offerta settoriale e alla **specializzazione nell'alto di gamma** riconosciuta e apprezzata a livello globale. In questo specifico segmento



L'Italia è riuscita ad arrivare prima di altri competitor in alcuni mercati in forte sviluppo divenendo la punta di diamante di un mercato globale che nel 2022 ha superato i 50 miliardi di euro con previsioni di ulteriore crescita nel medio-lungo periodo. In particolare, le opportunità per gli operatori italiani saranno trainate dalla **maggiore capacità di spesa dei consumatori dei mercati emergenti** oltre che dalla **richiesta di prodotti sostenibili di alta qualità da parte delle generazioni più giovani**.

Arredo Italia tra sostenibilità, uso consapevole delle risorse e sfide in agenda

La **salvaguardia dell'ambiente** è un tema prioritario nell'agenda del comparto italiano dell'arredo. L'**utilizzo dei materiali** riveste una notevole importanza tanto che le aziende si stanno sempre più orientando su prodotti innovativi, atossici, riciclabili, certificati e smaltibili in sicurezza. Sempre in ottica di sostenibilità, è evidente la tendenza verso un **allungamento della vita utile del mobilio** che richiede prodotti di qualità superiore e, dunque, una maggiore disponibilità nell'assistenza after sale in termini di manutenzione (refurbishment) e di fornitura di parti di ricambio da parte dei produttori.

Le imprese del comparto dell'arredo italiano hanno in agenda alcune tematiche non procrastinabili. Tra le principali, **l'invecchiamento della forza lavoro** combinato alle difficoltà nell'individuare nuovo personale (soprattutto fra i più giovani), fattori che potrebbero portare a **carenza di professionisti qualificati** e artigiani.

Un'altra criticità che il comparto ha dovuto affrontare negli ultimi anni - e che richiede una **riorganizzazione della supply chain** - è rappresentata dalla **dipendenza dalle forniture straniere** a condizioni economiche meno vantaggiose, situazione aggravata dall'incremento del costo delle materie prime. Nel 2022 il nostro Paese ha importato più legno a costi più elevati. Ora i prezzi si sono riportati su livelli più contenuti, **ma l'adozione di un'adeguata politica forestale che renda l'Italia autonoma** nell'approvvigionamento di legname rimane un tema prioritario per non perdere nel medio/lungo periodo competitività non solo in Europa, ma anche nei mercati emergenti. La dipendenza nel reperimento di materiale legnoso potrebbe, tra l'altro, contribuire ad accrescere gli impatti ecologici e sociali nei Paesi esportatori, con coinvolgimento indiretto dell'Italia. La **cura dei boschi nazionali** riveste un ruolo centrale per la **transizione ecologica** e favorirebbe la riduzione della CO₂, la **mitigazione dei cambiamenti climatici** oltre che un **riequilibrio idrogeologico** del nostro Paese.

Infine, la **digitalizzazione** apre l'opportunità di sviluppare il canale delle **vendite online**, strategico per penetrare soprattutto i mercati esteri e ampliare il target di riferimento. **Nel 2022 il valore degli acquisti di arredo tramite e-commerce in Italia ha superato i 3,5 miliardi di euro**. Si tratta di un incremento significativo considerando che nel 2017 il valore era pari a poco meno di un miliardo.



Andamento del comparto italiano dell'arredo di casa, ufficio e spazi collettivi

Le **286 maggiori aziende** hanno segnato un **fatturato aggregato nel 2021** pari a **14 miliardi di euro (di cui il 55,2% riferito all'export)**.

Il maggior numero di aziende è ubicato nel Nord Est con 149 unità, seguito dal Nord Ovest con 63 imprese. Il comparto dell'arredo italiano ha una **forte connotazione distrettuale** che riguarda 226 imprese, rappresentative dell'84,8% del fatturato totale.

In termini di specializzazione, la più rappresentativa per fatturato è quella che comprende i **mobili in kit, componenti e complementi di arredo** con 3,2 miliardi. Seguono i prodotti da soggiorno, notte e ambienti diversi dal bagno e cucina con 2,6 miliardi e le poltrone e i divani, sostanzialmente a pari merito con le cucine, con 2,5 miliardi ciascuno. I mobili per l'ufficio e le sedie con i tavoli sono appena sotto il miliardo. Appare più contenuto il giro d'affari dei produttori di arredo di spazi per la collettività (600 milioni), mobili per il bagno (500 milioni) e prodotti per l'outdoor (300 milioni). **Le produzioni riferibili all'alta gamma hanno realizzato vendite per 3,7 miliardi di euro**, mentre la maggior parte del giro d'affari è in capo a imprese che operano in segmenti appartenenti alla gamma medio-bassa, economica o mass market (10,3 miliardi).

Il 2021, con una crescita del 23,8%, ha recuperato il calo di vendite del 2020 (-5,2%) dovuto alla crisi pandemica. L'incremento ha interessato sia il mercato domestico (+19,8%) sia quello oltreconfine (+27,3%). **La crescita media annua del triennio è stata complessivamente pari all'8,3%**. Scendendo nel dettaglio dei singoli comparti produttivi, si segnalano le buone performance dei produttori di mobili per il bagno (crescita media annua del fatturato pari al +12,6%), delle poltrone e divani e dell'arredo outdoor (entrambi +12,1%). **L'alta gamma** è cresciuta meno rispetto alla fascia economica (Cagr +7,8% vs +8,5%), ma **ha goduto di un apprezzamento oltreconfine superiore** (+7,5% vs +7,3%).

Le imprese analizzate nel panel sono in aggregato assegnatarie di una PD (probability of default), misura di sintesi dell'affidabilità finanziaria corrispondente alla codifica alfanumerica delle agenzie di rating, equivalente a BBB- e rientrano pertanto nella macrocategoria **'investment grade'** ossia quella con la solvibilità maggiore.

Indagine campionaria 2023 sulle imprese italiane dell'arredo: aspettative, supply chain e focus sulle tematiche ESG

Il trend di crescita delle vendite già registrato nel 2021 sembra esser proseguito anche **nel 2022 con un aumento del fatturato nominale pari al 18%**, più marcato sul mercato estero (+20%) e meno su quello interno (+16%).

Nonostante le incertezze dovute al contesto geopolitico e alla spinta inflazionistica, **il 57% delle aziende prevede un incremento di fatturato ed esportazioni anche nel 2023**, sebbene più contenuto rispetto ai due anni precedenti, il 32% stima un calo, mentre l'11% prevede di rimanere sui livelli del 2022.



Per fronteggiare i rischi di rottura delle catene di fornitura, **il 58,3% delle società ha in agenda l'aumento o la diversificazione dei fornitori** che si combina con la loro prossimità nazionale (41,7%) o addirittura locale (37,5%).

Tra gli asset ritenuti strategici per lo sviluppo futuro delle aziende, **il capitale umano rappresenta l'elemento centrale su cui focalizzare i maggiori sforzi**: il 23,7% delle aziende lo pone al primo posto, seguito dai patrimoni tecnico e conoscitivo dell'impresa (entrambi al 19,6%), da quello finanziario (19%) e, infine, dal capitale organizzativo (18,1%).

Le **tematiche ESG** rappresentano una parte rilevante delle politiche aziendali delle aziende dell'arredo. Ne è prova il fatto che **il 68% delle aziende le considera come un trend destinato a perdurare** e che deve essere inglobato con convinzione nei processi aziendali perché fonte di vantaggio competitivo. Vi è comunque una quota di aziende ancora scettiche che considerano il fenomeno come una moda temporanea, ma non trascurabile (12%) o – addirittura – come un costo non evitabile e privo di ricadute positive (un ulteriore 12%).

Scorporando i diversi ambiti ESG, **sul fronte Environment** – che è la tematica ritenuta prioritaria dalle imprese del panel – **le azioni maggiormente intraprese vertono sul raggiungimento dell'efficienza energetica** (88% delle rispondenti), sull'utilizzo di materiale riciclato e sulla gestione circolare dei rifiuti (63%) e sulla decarbonizzazione accompagnata dalla riduzione delle emissioni inquinanti (42%). **In ambito Social** viene attribuita **molta attenzione alle condizioni lavorative del personale** (68%) per il quale vengono predisposte anche delle forme di welfare aziendale e iniziative per conciliare il tempo lavorativo e quello personale (57% delle aziende rispondenti). Infine, tra le principali azioni intraprese **in tema di Governance**, la predominante è rappresentata dalla **comunicazione efficace e trasparente dei risultati finanziari** dichiarata dal 63% delle imprese. Il 54% attribuisce importanza alla gestione etica dell'azienda e il 38% adotta un codice di autodisciplina. Ancora esigua la quota di imprese propense all'apertura del CdA a membri esterni (8%).