

Focus territorio**L'industria e i distretti del mobile: tra tradizione e innovazione**

Il focus analizza il settore del Mobile alla vigilia della pandemia seguendone l'evoluzione nel corso del 2020 e gli effetti che la pandemia ha avuto sul comparto, tra i più penalizzati dalla crisi sanitaria. Nei mesi estivi le imprese del Mobile sono riuscite a tornare in territorio positivo sia sul mercato interno sia sui mercati esteri. L'evoluzione del settore sui mercati internazionali è stata trainata dai distretti industriali che sono tornati a crescere nei principali sbocchi commerciali (Francia, Stati Uniti e Germania). Tra questi il Mobile Imbottito di Forlì, il Legno-arredo di Pordenone, di Treviso e di Monza-Brianza e le Cucine di Pesaro.

Gennaio 2021**Direzione Studi e Ricerche****Industry Research****Maria Cristina De Michele**
Economista

Executive Summary	2
1. Introduzione	5
2. La fotografia del settore del Mobile prima della crisi	5
3. L'inizio della crisi e gli impatti sul settore	9
4. Prospettive e sfide per il Mobile	16
5. Conclusioni	23

Executive Summary

- Il settore del Mobile è stato uno dei pochi comparti a registrare il ritorno in positivo del fatturato già dal mese di luglio (+1,9% la variazione tendenziale, -8,2% il manifatturiero), con la crescita tendenziale del terzo trimestre che ha raggiunto il 16%, a fronte di una media manifatturiera ancora in diminuzione.
- Le vendite sul mercato interno sono tornate a crescere nei mesi estivi, mostrando un buon progresso sia ad agosto (+5% la variazione tendenziale) che a settembre (+6,9%). Sul mercato interno si è poi assistito a una forte accelerazione degli acquisti online di arredamento e home living con un indice di crescita stimato al +32% rispetto al 2019 e un giro d'affari di 2,4 miliardi di euro.
- Nel periodo estivo il settore ha registrato una ripresa anche sui mercati esteri, con le esportazioni che sono cresciute del 2% nel terzo trimestre, evidenziando una continua accelerazione (variazione tendenziale agosto +4,6% e settembre +11,5%).
- L'evoluzione del settore sui mercati esteri è stata trainata dai distretti industriali (+4,5% la variazione tendenziale): nel terzo trimestre 2020 la maggior parte dei distretti del Mobile sono tornati a crescere nei loro principali sbocchi commerciali (Francia, Stati Uniti e Germania).
- Guida la crescita dell'export distrettuale il Mobile imbottito di Forlì che ha registrato un balzo delle vendite (+45,5%). Nel terzo trimestre 2020 sono aumentate anche le vendite estere di altri importanti distretti italiani: tra questi le Cucine di Pesaro (+22,5%), il Legno-arredo di Pordenone (+7,8%), di Treviso (+5,7%) e di Monza-Brianza (+1%). In evidenza anche i risultati conseguiti da Imbottito della Murgia (+10,5%) e Mobilio Abruzzese (+5,5%).
- Nel bimestre ottobre-novembre è proseguito il trend positivo del fatturato del settore (+10% la variazione tendenziale), tuttavia sul mercato interno le vendite hanno interrotto il loro percorso di ripresa a novembre (-12,4%, dopo il +4,4% di ottobre), frenate dalle nuove misure di contenimento del virus.
- L'ottima capacità di ripresa emersa nei mesi estivi e autunnali non consente alle imprese del settore di recuperare quanto perso durante il lockdown. Nella media dei primi undici mesi 2020 il fatturato del settore perde ancora l'8,9 % rispetto allo stesso periodo del 2019.
- Secondo i dati Excelsior-Anpal il percorso di recupero sarà lento. La quota di imprese che entro la prima metà del 2021 avrà recuperato livelli accettabili di attività passa dal 32% del mobile di Vicenza al 57% del legno-arredo di Pordenone e al 63% dell'imbottito di Forlì.

Alla vigilia della crisi sanitaria le imprese del comparto del Mobile mostravano un andamento positivo del fatturato ed evidenziavano un profilo di crescita in termini di patrimonializzazione e di liquidità. Il comparto, dove operavano circa 18.600 imprese per un totale di oltre 130.000 addetti e quasi 23 miliardi di euro di fatturato (dati al 2018), rappresentava il quarto settore italiano per saldo commerciale che ammontava a 7,6 miliardi di euro al 2019. Larga parte dell'avanzo commerciale italiano nel settore (76%) viene espressa dai distretti industriali in cui trovano impiego circa il 60% degli addetti del settore del mobile.

Le misure di contenimento dell'epidemia, con la chiusura delle attività produttive e commerciali, hanno avuto un enorme impatto sul settore che si è trovato ad essere tra i più penalizzati dalla crisi. Al forte calo dei consumi di arredo da parte delle famiglie, infatti, si è accompagnata anche una contrazione degli acquisti di mobili da parte delle aziende italiane, in particolare quelle legate al comparto dell'Hospitality, uno dei settori più colpiti dal COVID-19, mettendo in difficoltà il segmento contract (forniture per alberghi, bar e ristoranti, uffici, esercizi commerciali, settore navale e ospedaliero). Confrontando l'andamento del fatturato del mobile italiano con altri competitor europei si evince che il comparto ha subito a marzo la contrazione più consistente nel nostro Paese, tra i più colpiti dall'epidemia dalla fine di febbraio e in cui sono state adottate misure di contenimento del virus più restrittive e in anticipo rispetto ad altri Paesi europei.

Nei mesi estivi con la riapertura delle attività, il Mobile tuttavia ha iniziato a mostrare segnali di ripresa ed è uno dei pochi comparti a registrare il ritorno in positivo del fatturato (+1,9% la variazione tendenziale di luglio, -8,2% il Manifatturiero). La ripresa del settore si è fatta più intensa ad agosto (+51%) e settembre (+16,5%), portando il terzo trimestre a chiudere con una crescita del fatturato del 16%, un dato nettamente migliore rispetto alla media manifatturiera, ancora in calo. Il recupero è proseguito in ottobre evidenziando una variazione tendenziale dell'8,3% (-4,9% il Manifatturiero). Sul mercato interno le vendite di arredi, dopo il crollo di marzo-aprile, hanno sperimentato un lento risveglio che ha portato il Mobile a registrare a ottobre un risultato positivo (+4,6%) inserendosi nel paniere dei comparti più attivati dai consumatori dopo l'Elettronica, gli Elettrodomestici, gli Alimentari e l'Utensileria per la casa.

Sul fronte estero, con la ripresa del commercio mondiale dopo il *lockdown*, le esportazioni del settore hanno ripreso a crescere (agosto +4,6% e settembre +11,5%) con il dato complessivo del terzo trimestre che registra un aumento del 2%. In ottobre, tuttavia, si evidenzia una contrazione delle vendite estere (-4,7%), nonostante un ritorno in positivo delle esportazioni in molti paesi europei ed extraeuropei (tra cui Stati Uniti e Francia, importanti mercati di sbocco per il settore).

A livello di distretti, dopo le difficoltà del primo semestre dell'anno, si è assistito a un recupero delle esportazioni settoriali nel terzo trimestre 2020, con il ritorno in positivo della maggior parte dei poli produttivi del comparto. Nel complesso le esportazioni distrettuali hanno sperimentato una crescita del 4,5% nel terzo trimestre, un ritmo doppio rispetto a quello nazionale. Tra questi vi sono i principali distretti del settore (Treviso, Pordenone e Brianza), le cucine di Pesaro, l'Imbottito della Murgia e, soprattutto, l'Imbottito di Forlì, che, sostenuto da un forte exploit di vendite nel terzo trimestre dell'anno (+45,5%) maturato in particolare in Francia e Cina, ha portato il bilancio dei primi nove mesi dell'anno in territorio positivo (+8,7%). La ripresa riguarda quasi tutte le principali destinazioni dell'export dell'arredo ma, in generale, i distretti del mobile sono tornati a crescere nei loro principali sbocchi commerciali (Francia, Stati Uniti e Germania).

La ripresa del settore è proseguita a novembre con una crescita sia del fatturato sia delle esportazioni (rispettivamente +11,7% e +3,1% la variazione tendenziale), tuttavia le vendite al dettaglio hanno subito una contrazione (-12,8% tendenziale) frenate dalle nuove misure di contenimento del virus. L'ottima capacità di ripresa emersa nei mesi estivi non consente alle imprese del settore di recuperare quanto perso durante il *lockdown*. Nella media dei primi undici mesi 2020 il fatturato del settore perde ancora l'8,9 % rispetto allo stesso periodo del 2019.

La crisi sanitaria ha messo a dura prova il settore che si trova ad affrontare molte nuove sfide. Occorre pensare alla ripartenza cercando di far leva sui punti di forza che caratterizzano il design Made in Italy: dalla **strategia della filiera corta** e radicata nel territorio (con una *supply chain* capace di adattarsi a eventi esterni e localizzata in prossimità, come nelle aree distrettuali italiane), alla specializzazione del settore nell'**alto di gamma** in quasi tutti i comparti, decisiva per competere sui mercati internazionali. Le filiere saranno sempre più strategiche per la ripartenza del settore come strategici saranno i distretti che hanno fatto del radicamento locale la loro cifra distintiva. La filiera dell'Arredo è presente in tutta Italia ma altamente concentrata nei distretti produttivi che continuano ad offrire vantaggi localizzativi, sia per le imprese più piccole sia per le aziende più grandi e strutturate.

Il **canale digitale** poi si conferma un elemento fondamentale per poter aggredire importanti mercati esteri interessati alla produzione d'alta gamma del design italiano. La quota delle vendite online all'estero (10% dell'export complessivo di mobili nel 2019), anche a causa dell'annullamento delle fiere e dei viaggi meno frequenti, sembra destinata a crescere. L'**e-commerce**, che rappresenta uno dei driver di crescita per il settore, ha conosciuto una forte accelerazione nella prima parte del 2020 e, secondo le rilevazioni dell'Osservatorio B2C del Politecnico di Milano, l'e-commerce di prodotto, in particolare, ha avuto l'incremento più elevato raggiungendo i 23,4 miliardi di euro nel 2020 (+31%, 5,2 milioni di euro in più rispetto al

2019). Tra i comparti emergenti che sperimentano una forte accelerazione figura l'arredamento e home living, con un giro d'affari di 2,4 miliardi di euro e un indice di crescita che si attesta intorno al 32% rispetto al 2019.

Un altro importante driver per la ripartenza del settore è la **sostenibilità ambientale**. Il settore ha iniziato a cogliere con sempre maggiore consapevolezza le opportunità derivate dalla Green economy e dai modelli di sviluppo legati all'economia circolare. La competitività del settore sui mercati esteri si gioca anche ripensando i processi produttivi in chiave sostenibile e corredando i prodotti con le opportune certificazioni qualitative e ambientali richieste in molti Paesi avanzati, soprattutto nel settore contract.

Nell'ambito del **segmento contract**, e, in particolare nell'arredo d'ufficio, la pandemia ha accelerato trasformazioni già in atto (destrutturazione dell'ufficio tradizionale, maggiore diffusione dello *smart working*) che hanno generato pesanti effetti negativi sulla produzione dei sistemi e arredi per ufficio. Anche dopo la pandemia lo *smart working* e, in generale, il lavoro al di fuori dei consueti ambienti professionali, manterrà una quota importante. In attesa della ripresa Federlegno ha promosso il progetto "Le linee guida per la disposizione dei mobili per ufficio nel periodo post COVID 19" che forniscono una serie di indicazioni utili a predisporre gli ambienti di lavoro, rispettando le norme del distanziamento sociale imposte dalla pandemia. Offrono inoltre una fotografia delle trasformazioni degli ambienti dell'ufficio, con un ripensamento della distribuzione degli spazi in un'ottica di maggior avvicinamento tra mondo home e office.

L'incertezza dello scenario rimane elevata e la ripresa del settore è ancora condizionata, come per altri settori produttivi, dal perdurare dello stato di emergenza sanitaria. Superata la fase di crisi, l'attesa sul mercato domestico è di una ripresa della domanda interna di mobili sostenuta dal graduale recupero dei redditi e degli investimenti sul mercato immobiliare oltre che dagli incentivi fiscali, mentre sul fronte estero è attesa una ripresa della domanda mondiale che potrà sostenere la crescita delle esportazioni, dando un buon contributo alla dinamica del settore. In questo scenario, il fatturato delle imprese del comparto potrà sperimentare una ripresa, probabilmente solo parziale, che non riporterà nel 2021-22 i valori dell'attività settoriale ai livelli pre-COVID. Conferme in tal senso vengono anche dai dati Excelsior-Anpal. La quota di imprese che entro la prima metà del 2021 avrà recuperato livelli accettabili di attività passa dal 32% del mobile di Vicenza al 57% di Pordenone e al 63% dell'imbottito di Forlì.

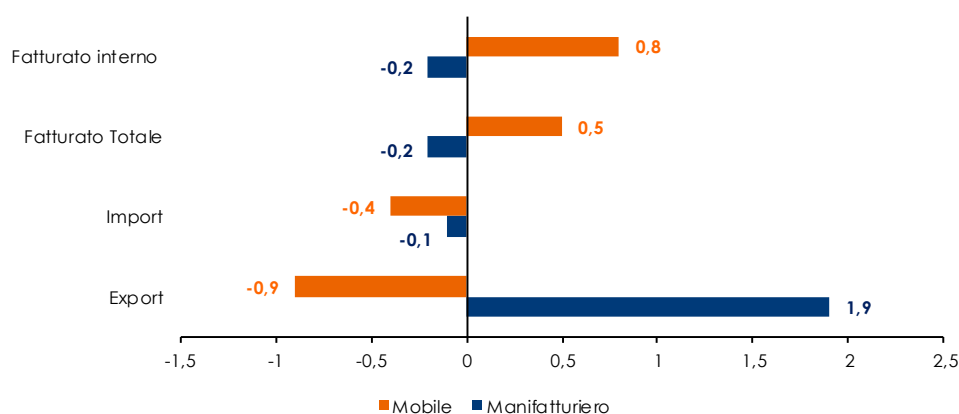
1. Introduzione

Lo studio si propone di offrire un quadro sull'evoluzione del settore del Mobile nel periodo antecedente la crisi sanitaria per poi passare a fotografare l'andamento dei mesi più recenti e l'impatto che l'evento pandemico ha determinato sul comparto, messo a confronto con altri settori manifatturieri. Una parte conclusiva è dedicata, infine, non solo alle sfide che attendono il settore, uno dei più penalizzati dalla crisi, ma anche alle opportunità che gli operatori dell'arredo devono saper cogliere per riprendere un percorso di crescita sfruttando a pieno alcune importanti leve strategiche: la trasformazione digitale, la sostenibilità ambientale, l'internazionalizzazione e il posizionamento nell'alto di gamma.

2. La fotografia del settore del Mobile prima della crisi

Nel 2019 il fatturato delle imprese del Mobile ha continuato a seguire una dinamica positiva in controtendenza rispetto al complesso dell'industria manifatturiera, beneficiando di una moderata crescita sul mercato interno.

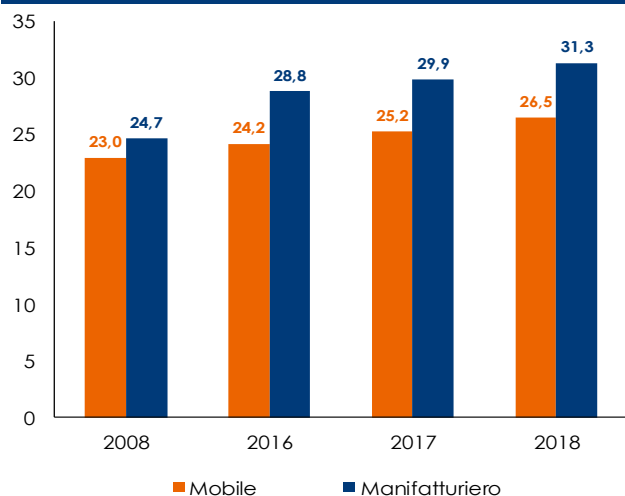
Fig. 1 – Fatturato e interscambio commerciale Mobile a prezzi correnti 2019



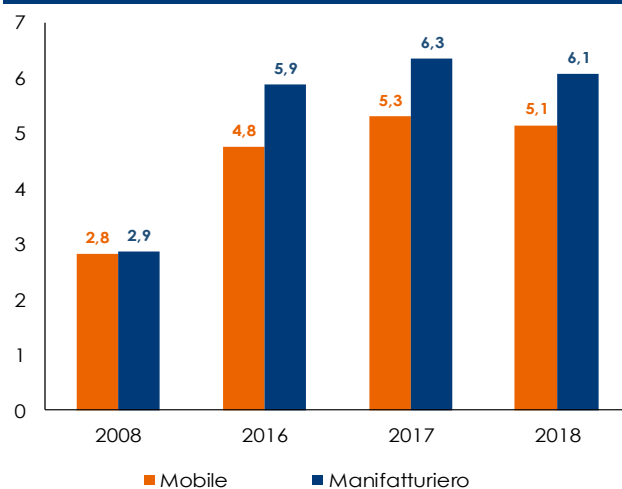
Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

Da un'analisi effettuata al nostro interno su 53 mila imprese manifatturiere e 3000 imprese del mobile si evidenzia come alla vigilia della crisi il settore si presentava in crescita in termini di patrimonializzazione¹ e liquidità anche se a livelli inferiori rispetto al complesso dell'industria manifatturiera (Figure 2 e 3). La crescita risulta, invece, su livelli più elevati per le aziende di grandi e medie dimensioni (Figure 4 e 5).

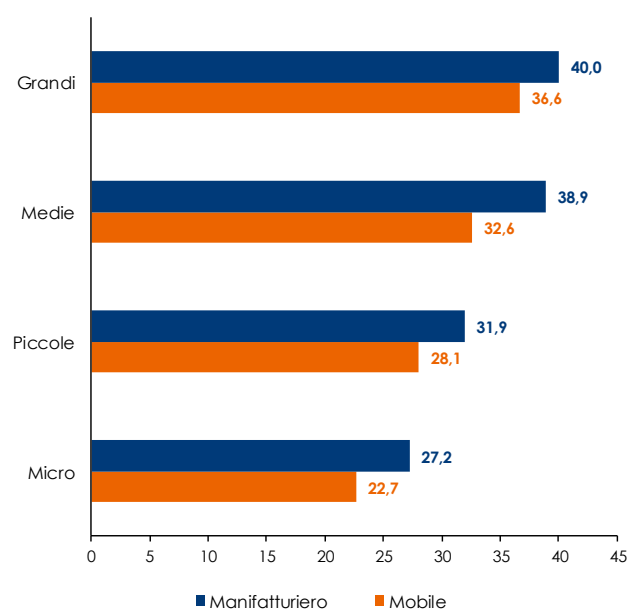
¹ Il rafforzamento della patrimonializzazione nel settore è anche attribuibile agli incentivi ACE (agevolazione introdotta nel 2011, soppressa con legge di bilancio nel 2019 e reintrodotta con la legge di bilancio 2020).

Fig. 2 – Patrimonio netto (in % debiti finanziari e patrimonio netto)

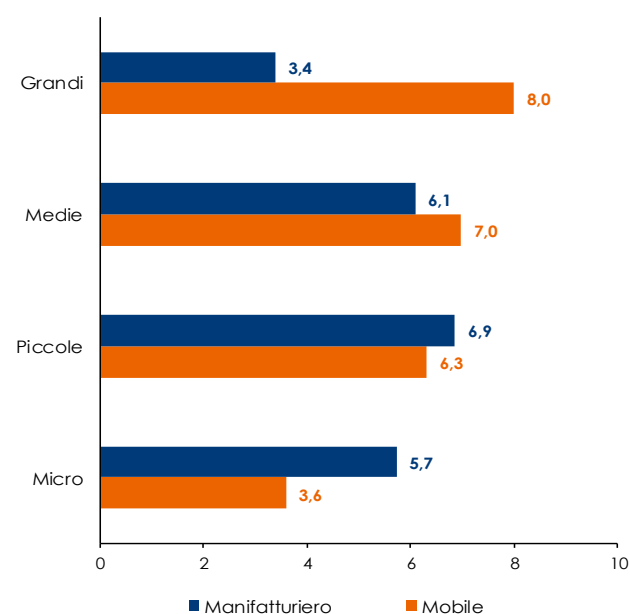
Nota. Micro-imprese: fino a 2 milioni di euro di fatturato nel 2016; Piccole imprese: tra 2 e 10 milioni di euro; Medie imprese: tra 10 e 50 milioni di euro; Grandi imprese: almeno 50 milioni di euro. Fonte elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati ISID (Intesa Sanpaolo Integrated Database)

Fig. 3 – Liquidità (% attivo)

Nota. Micro-imprese: fino a 2 milioni di euro di fatturato nel 2016; Piccole imprese: tra 2 e 10 milioni di euro; Medie imprese: tra 10 e 50 milioni di euro; Grandi imprese: almeno 50 milioni di euro. Fonte elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati ISID (Intesa Sanpaolo Integrated Database)

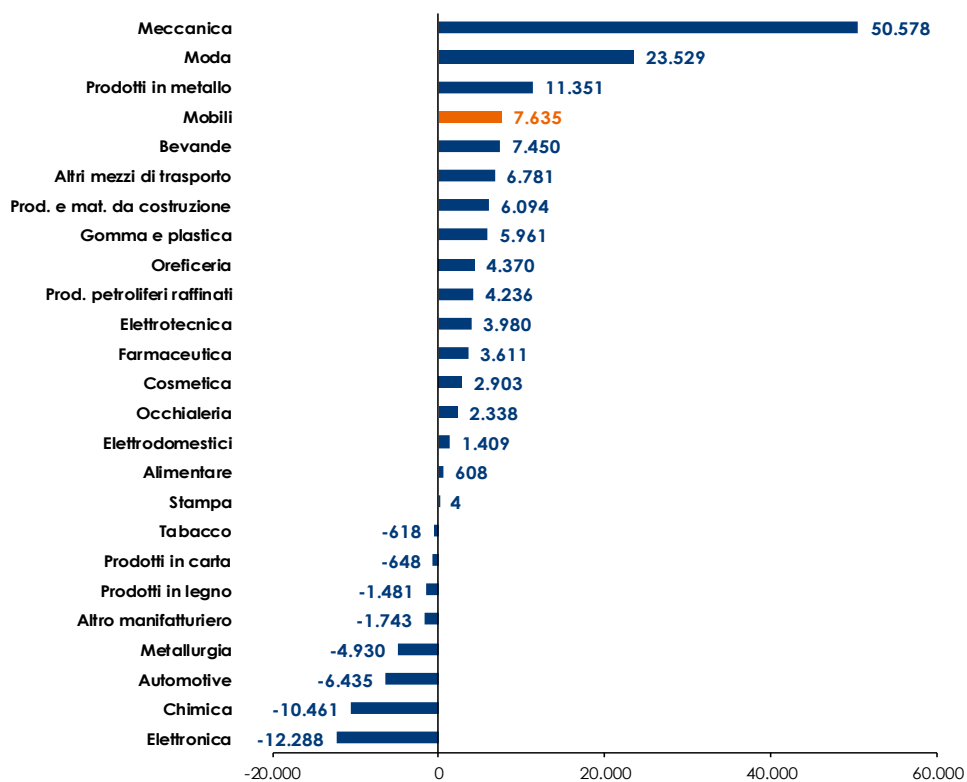
Fig. 4 – Patrimonio netto, 2018 (in % debiti finanziari e capitale netto)

Nota. Micro imprese: fino a 2 milioni di euro di fatturato nel 2016; Piccole imprese: tra 2 e 10 milioni di euro; Medie imprese: tra 10 e 50 milioni di euro; Grandi imprese: almeno 50 milioni di euro. Fonte elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati ISID (Intesa Sanpaolo Integrated Database)

Fig. 5- Liquidità, 2018 (% attivo)

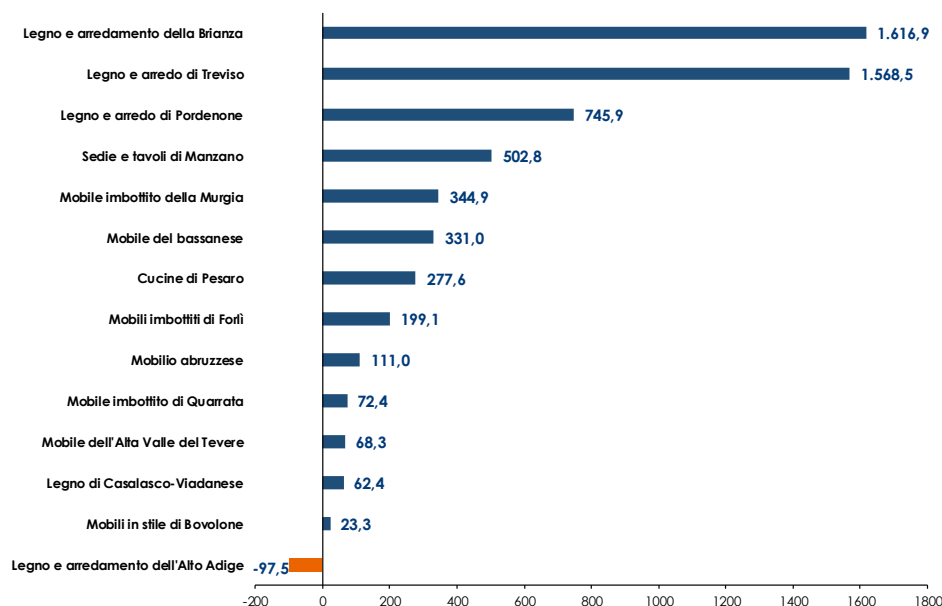
Nota. Micro imprese: fino a 2 milioni di euro di fatturato nel 2016; Piccole imprese: tra 2 e 10 milioni di euro; Medie imprese: tra 10 e 50 milioni di euro; Grandi imprese: almeno 50 milioni di euro. Fonte elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati ISID (Intesa Sanpaolo Integrated Database)

Per quanto riguarda gli scambi con l'estero il Mobile rappresenta il quarto settore italiano per avanzo commerciale (Fig. 6), dopo Meccanica moda e Prodotti in metallo, con un saldo che ammonta a 7,6 miliardi di euro (circa l'8% del totale manifatturiero di 94 miliardi). Nel comparto operano circa 18.600 imprese per un totale di oltre 130.000 addetti e quasi 23 miliardi di euro di fatturato.

Fig. 6 – Saldo commerciale nei settori manifatturieri italiani 2019 a prezzi correnti (milioni di euro)

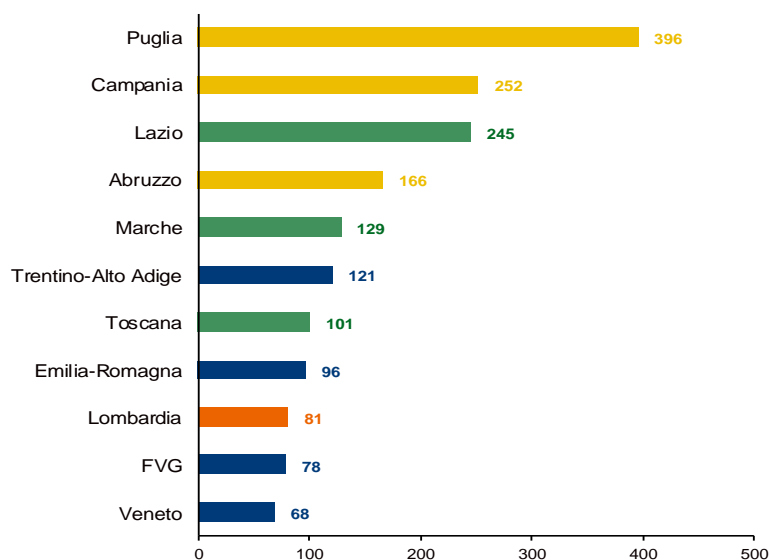
Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

Cruciale è il ruolo svolto dai distretti industriali che esprimono larga parte dell'avanzo commerciale italiano nel settore (76%) e in cui trovano impiego circa il 60% degli addetti del settore del Mobile. In testa figurano il Legno arredo della Brianza e il Legno arredo di Treviso che hanno registrato un saldo commerciale superiore a 1,5 miliardi di euro nel 2019. Solo il Legno arredo dell'Alto Adige ha conseguito una performance negativa (Fig. 7).

Fig. 7 – Avanzo commerciale per distretto, 2019 (Milioni di euro)

Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

La forza dei distretti risiede nelle filiere ben radicate nel territorio come emerge anche da uno studio realizzato al nostro interno basato sugli acquisti di beni e servizi da parte delle imprese del mobile in Italia, dove sono state analizzate oltre 680 mila operazioni di acquisto. Si evidenziano i rapporti di fornitura ravvicinati nei distretti del Nord con distanze medie di fornitura intorno ai 70 km nel Polo lombardo e nei Distretti veneti e distanze elevate nei distretti del Centro e Sud Italia (Fig. 8). Nei distretti del Mobile del Nord molte transazioni avvengono all'interno del distretto.

Fig. 8 – Distanze medie degli acquisti delle imprese del mobile, 2017 (km medi ponderati per importo delle transazioni)

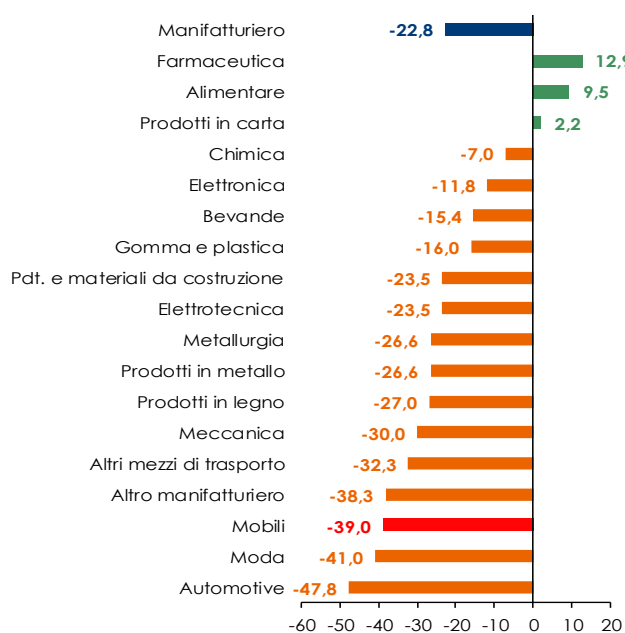
Nota: analizzate oltre 686 mila operazioni di acquisto per un controvalore pari a oltre 3 miliardi di euro, un quarto circa del totale degli acquisti di beni e servizi delle imprese analizzate. I colori delle barre rappresentano le macro aree (blu: nord-est; arancione: nord-ovest; verde: centro; giallo: sud). Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

3. L'inizio della crisi e gli impatti sul settore

La crisi sanitaria nel nostro Paese e le misure di contenimento dell'epidemia adottate dal governo a partire dalla metà di marzo (con sospensione delle attività produttive e commerciali non essenziali² e graduale e selettiva riapertura produttiva tra la fine di aprile e l'inizio di maggio) hanno determinato un impatto molto negativo sul settore del Mobile già evidente dai primi dati Istat di marzo (Fig. 9). In questo periodo il comparto è stato tra i più colpiti sia dall'azzeramento del turismo (in particolare il segmento contract di arredo destinato alle strutture di accoglienza turistica), sia dal mutamento delle abitudini di consumo delle famiglie in un contesto in cui sono stati privilegiati gli acquisti di beni necessari ed essenziali da parte delle famiglie, penalizzate anche dal calo dei redditi. Gli acquisti di prodotti alimentari, le spese igienico-sanitarie, quelle di prodotti legati al maggior utilizzo dell'ambiente domestico (prodotti in carta, detergenza) e di device per il supporto di telelavoro e didattica a distanza, hanno cambiato radicalmente la composizione dei panieri di spesa, andando a incidere pesantemente sulla domanda di beni voluttuari o di elevato importo medio (abbigliamento, auto, arredamento).

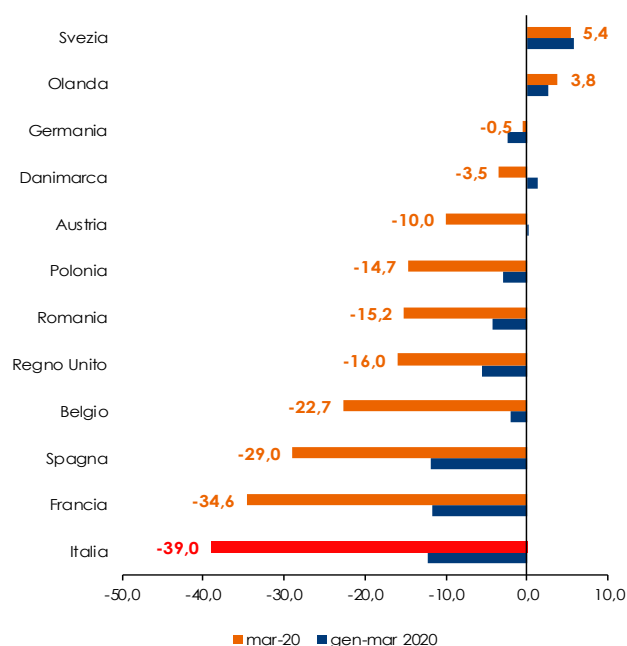
Confrontando l'andamento del fatturato del mobile italiano con altri competitor europei si evince che il comparto ha subito a marzo la contrazione più consistente nel nostro Paese (Fig. 10) tra i più colpiti dall'epidemia dalla fine di febbraio e in cui sono state adottate misure di contenimento del virus più restrittive e in anticipo rispetto ad altri Paesi europei.

Fig. 9 - Manifatturiero italiano: fatturato marzo 2020 a prezzi correnti (var. % tendenziale)



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

Fig. 10 - Fatturato del Mobile nei principali paesi competitor europei marzo 2020 (var. % tendenziale)



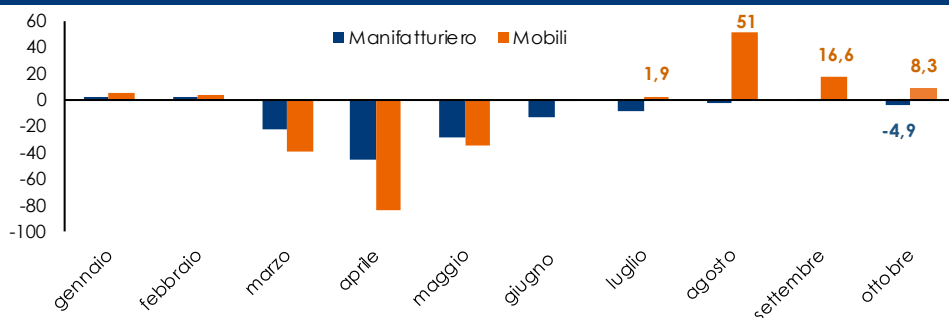
Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Eurostat

L'evoluzione del fatturato del Mobile dei primi dieci mesi a confronto con il Manifatturiero mette in evidenza una caduta più consistente del Mobile e una ripresa del settore, a partire da maggio con le prime riaperture delle attività, che è stata più rapida rispetto al Manifatturiero, portando il comparto dell'arredo in territorio positivo già a luglio (+1,9% la variazione tendenziale) e

² Il DPCM del 22 marzo 2020 (e successive modifiche) ha definito una lista dei settori essenziali in base ai codici di attività Ateco. All'interno della manifattura tali attività coprono il 34% della produzione (stime basate sui fatturati 2018 delle singole imprese con codici Ateco appartenenti al settore), con percentuali del 100% per la Farmaceutica, l'industria alimentare e il Largo consumo.

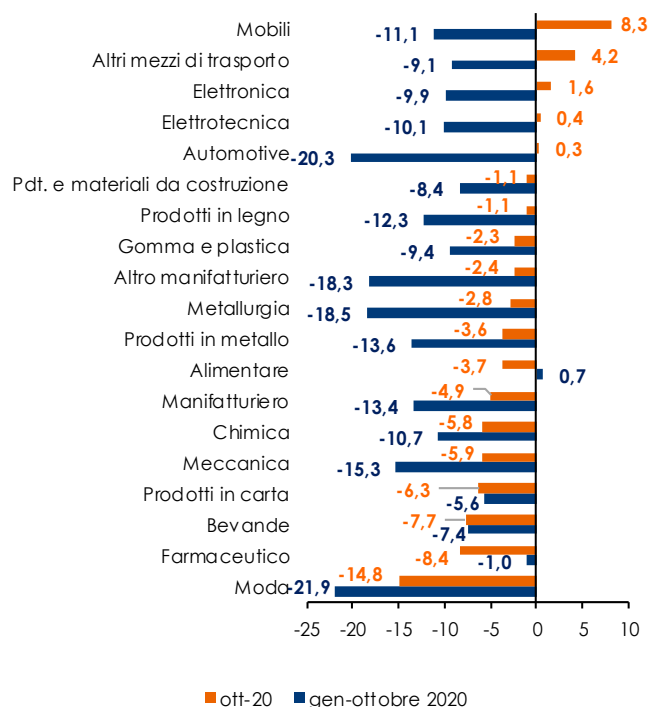
evidenziando a ottobre una variazione tendenziale del +8,3% (-4,9% il Manifatturiero) (Fig. 11). Il comparto è tra i pochi a registrare il ritorno in positivo del fatturato settoriale (Fig. 12) sperimentando una crescita tendenziale del 16% nel terzo trimestre a fronte di una media manifatturiera ancora in diminuzione. Un raffronto del Mobile a livello europeo mostra in ottobre il consistente recupero dell'Italia seguita da pochi altri competitor di settore (Danimarca, Polonia, Belgio, Germania) (Fig. 13).

Fig. 11- Fatturato del Mobile e Manifatturiero a prezzi correnti - gennaio-ottobre 2020 (var. % tendenziale)



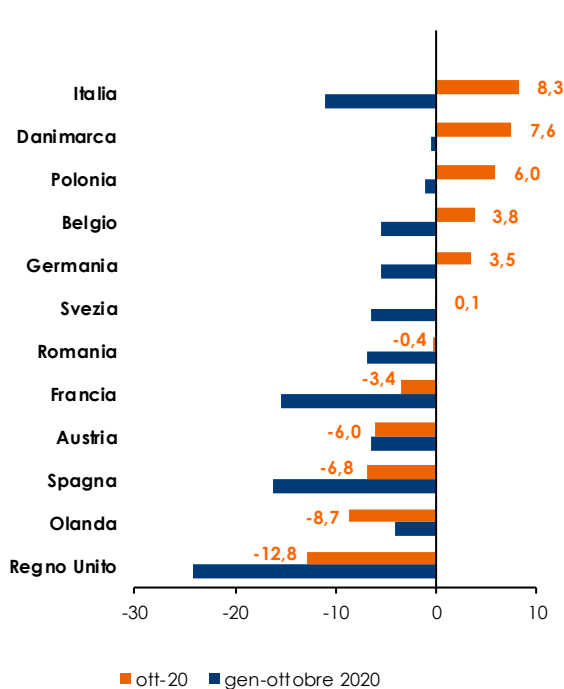
Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

Fig. 12 - Fatturato dei settori manifatturieri - ottobre 2020 (var. % tendenziale)



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

Fig. 13 – Fatturato Mobile dei paesi competitor - ottobre 2020 (var. % tendenziale)

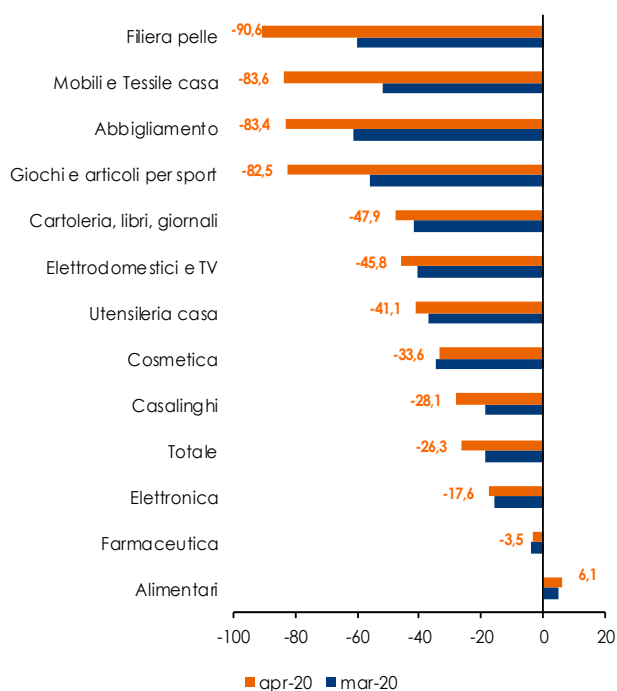


Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Eurostat

I dati delle vendite al dettaglio evidenziano nel mese di marzo i primi effetti del lockdown su tutti i settori manifatturieri che, ad eccezione del comparto alimentare, subiscono forti contrazioni. Nel mese di aprile, periodo in cui le attività non essenziali sono rimaste chiuse e la mobilità

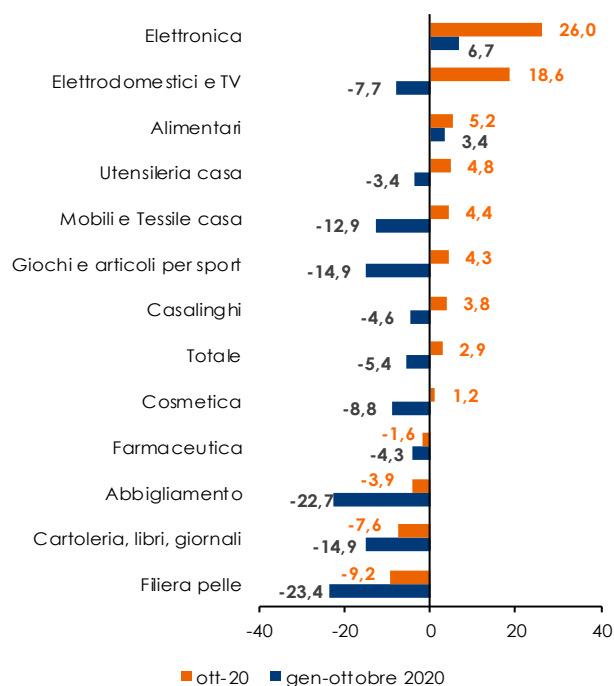
personale è stata fortemente ridotta, si è registrato un ulteriore deterioramento della spesa. Il settore del Mobile, insieme ai prodotti del Sistema moda, risultano essere i comparti maggiormente penalizzati (Fig. 14). Successivamente le vendite di arredi hanno sperimentato un lento risveglio che ha portato il Mobile a registrare a ottobre una variazione positiva (+4,4%) inserendosi nel paniere dei comparti più attivati dai consumatori dopo l'Elettronica, gli Elettrodomestici, gli Alimentari e l'Utensileria per la casa (Fig. 15).

Fig.14 – Vendite al dettaglio settori manifatturieri a prezzi correnti – marzo e aprile 2020 (var. % tendenziale)



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

Fig. 15 – Vendite al dettaglio settori manifatturieri a prezzi correnti ottobre 2020 (var. % tendenziale)



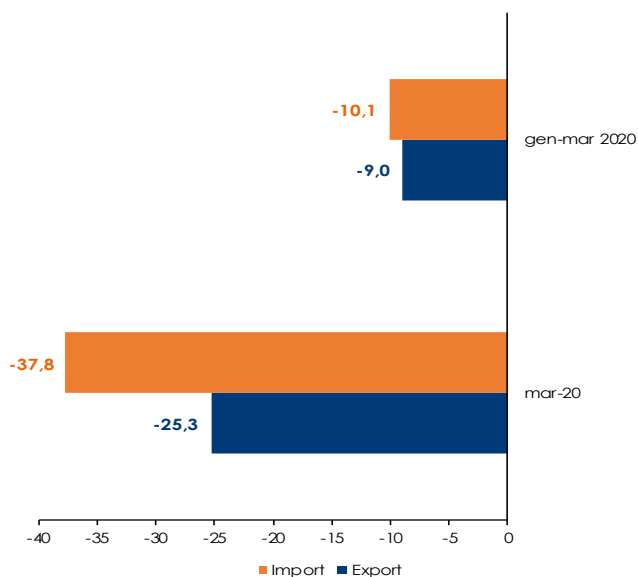
Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

L'impatto della crisi è emerso a marzo anche dai dati di interscambio commerciale del settore (Fig. 16) che ha sperimentato un crollo delle esportazioni (-25,3%) su tutti i mercati di sbocco europei ed extraeuropei, ad eccezione degli Stati Uniti (Fig. 17), forse per effetto di un lockdown ritardato rispetto agli altri paesi.

Con la ripresa del commercio estero le vendite del settore hanno mostrato segnali di recupero registrando una variazione tendenziale positiva ad agosto e a settembre (rispettivamente +4,6% e +11,5%) (Fig. 18). La crescita tendenziale delle esportazioni nel terzo trimestre è del 2%.

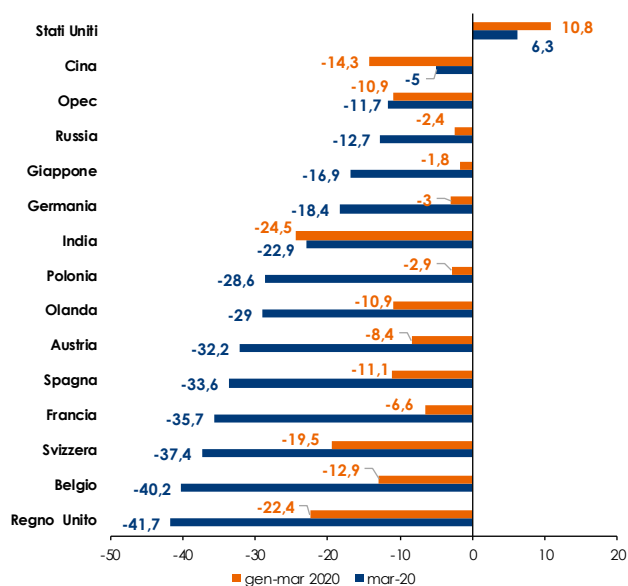
In ottobre tuttavia si evidenzia una contrazione delle vendite estere (-4,7%) nonostante si segnalino un ritorno in positivo delle esportazioni in molti paesi europei ed extraeuropei (tra cui Stati Uniti e Francia, importanti mercati di sbocco per il settore) (Fig. 20).

Fig. 16 -Mobile: Export e import a prezzi correnti marzo (var. % tendenziale)



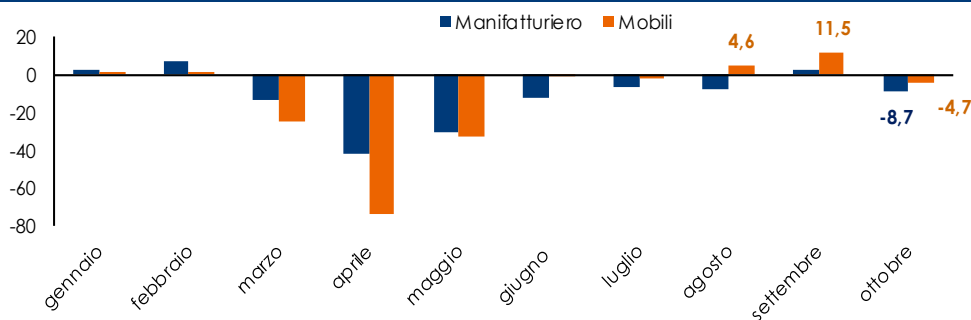
Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

Fig. 17 – Mobile: Export verso i principali mercati di sbocco a prezzi correnti marzo (var. % tendenziale)



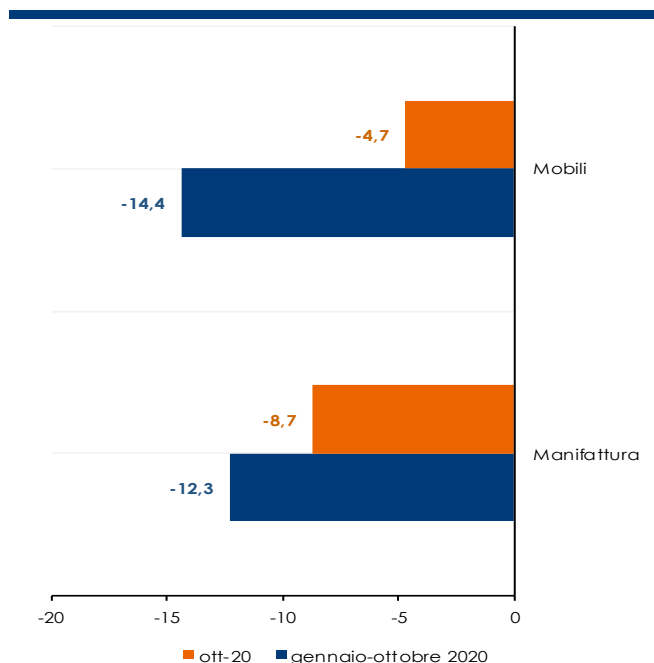
Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

Fig. 18 – Esportazioni del Mobile e del Manifatturiero a prezzi correnti – gennaio-ottobre 2020 (var% tendenziale)



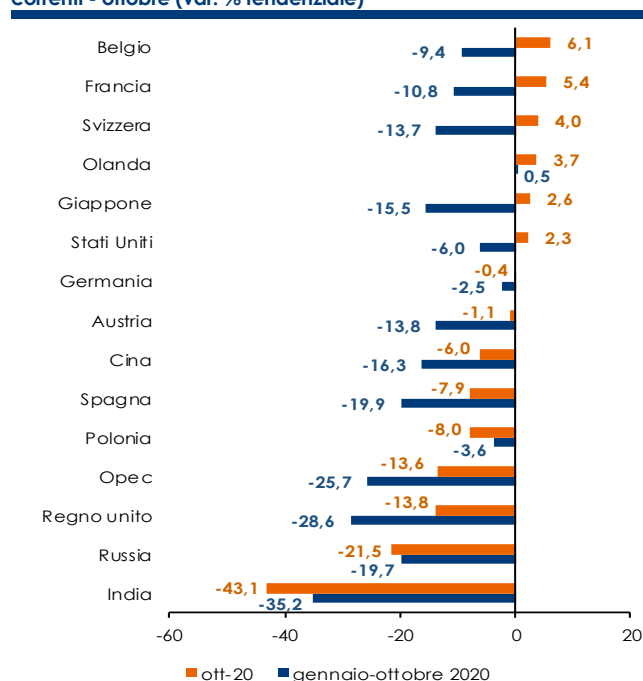
Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

Fig. 19 -Mobile: Export a prezzi correnti - ottobre (var. % tendenziale)



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

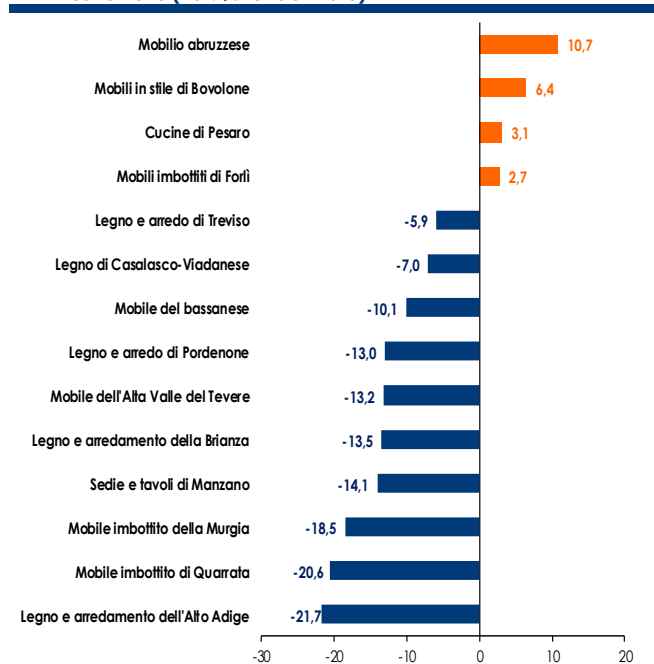
Fig. 20 – Mobile: Export verso i principali mercati di sbocco a prezzi correnti - ottobre (var. % tendenziale)



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

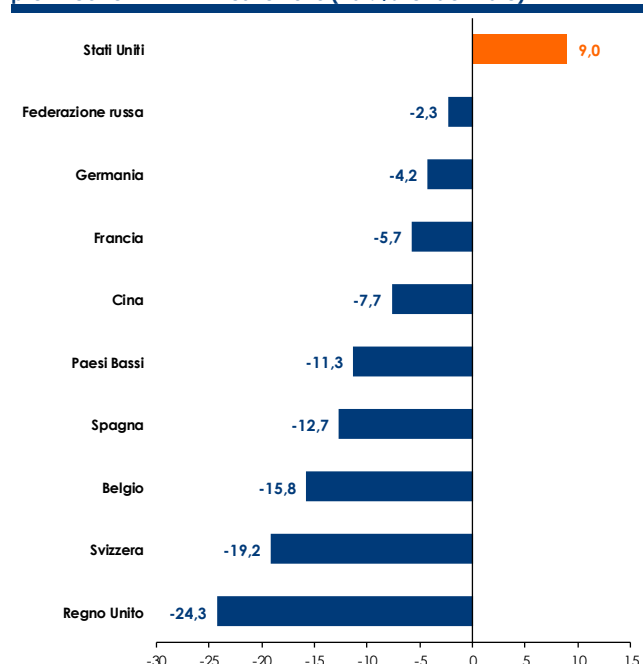
L'analisi delle esportazioni nei **distretti del Mobile** (Fig. 21) evidenzia il calo diffuso delle vendite estere nel **primo trimestre 2020** con eccezione del Mobiliu abruzzese, dei Mobili in stile di Bovolone (Verona), delle Cucine di Pesaro e dei Mobili imbottiti di Forlì che sono stati favoriti dai consistenti flussi di export verso il mercato statunitense (Fig. 22).

Fig. 21 – Export dei principali distretti del Mobile a prezzi correnti – 1° trimestre 2020 (var. % tendenziale)



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

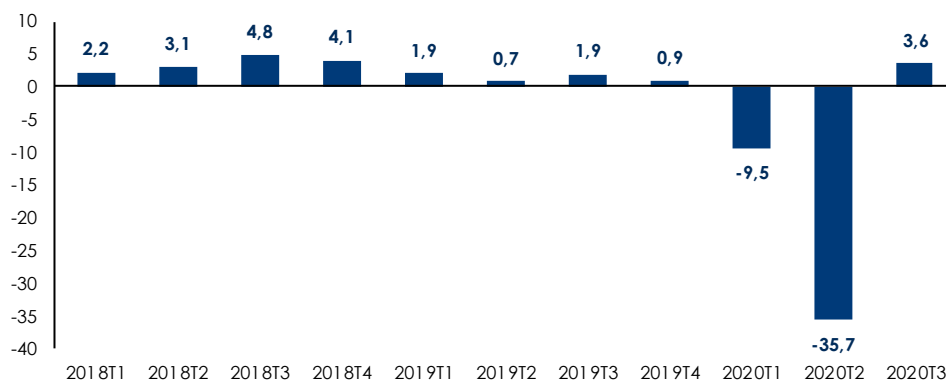
Fig. 22 -Principali sbocchi commerciali dei distretti del Mobile a prezzi correnti – 1° trimestre 2020 (var. % tendenziale)



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

Dopo le forti contrazioni di export dei distretti del Mobile nel **secondo trimestre 2020 (-35,7%)** si assiste al recupero nel **terzo trimestre dell'anno (+3,5%)** (Fig. 23) con il ritorno in positivo della maggior parte dei poli produttivi del settore (Fig. 24).

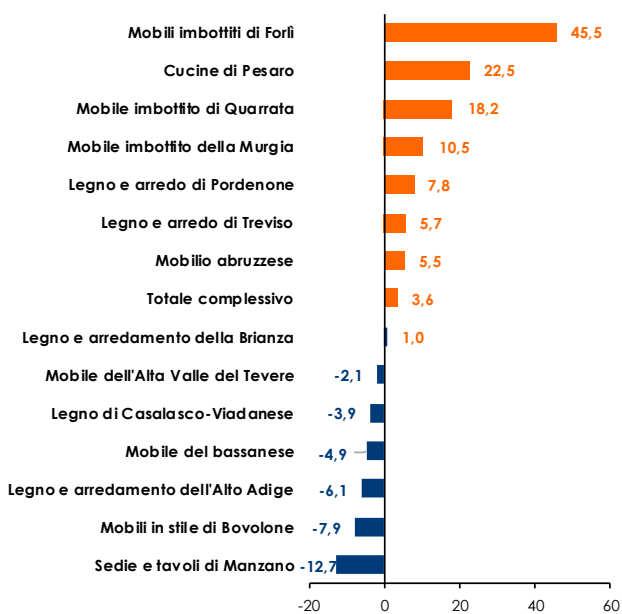
Fig. 23 – Evoluzione trimestrale dell'export dei distretti mobiliari italiani (var. % tendenziale)



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

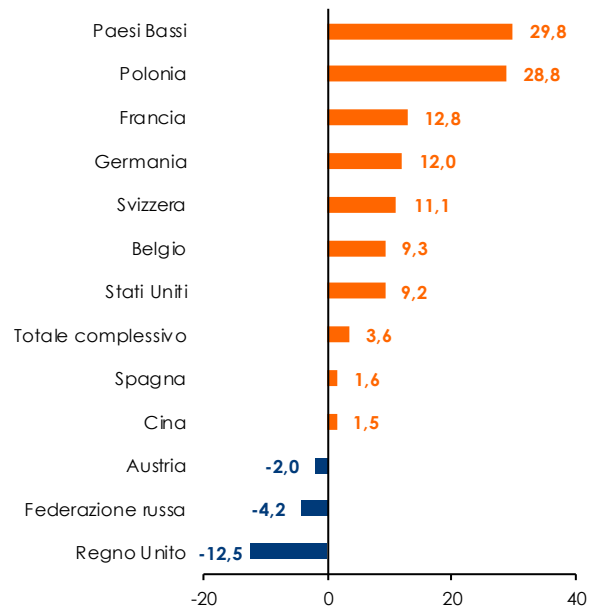
Diversi distretti del mobile infatti hanno evidenziato buone performance mostrando un aumento delle esportazioni nei mesi estivi: tra questi vi sono i principali distretti del settore (Treviso, Pordenone e Brianza), le cucine di Pesaro, l'Imbottito della Murgia e, soprattutto, l'Imbottito di Forlì, che, sostenuto da un forte exploit di vendite (+45,5%) in particolare in Francia e Cina, ha portato il bilancio dei primi nove mesi dell'anno in territorio positivo (+8,7%). La ripresa riguarda quasi tutte le principali destinazioni dell'export dell'arredo, con una particolare intensità soprattutto nei Paesi bassi e in Polonia (Fig. 25). Più in generale, i distretti del mobile sono tornati a crescere nei loro principali sbocchi commerciali (Francia, Stati Uniti e Germania).

Fig. 24 – Export dei principali distretti del Mobile a prezzi correnti – 3° trimestre 2020 (var. % tendenziale)



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

Fig. 25 – Principali sbocchi commerciali dei distretti del Mobile a prezzi correnti – 3° trimestre 2020 (var. % tendenziale)



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

La ripresa del settore è proseguita a novembre con una crescita sia del fatturato sia delle esportazioni (rispettivamente +11,7% e +3,1% la variazione tendenziale), tuttavia le vendite al dettaglio hanno subito una contrazione (-12,8% tendenziale) frenate dalle nuove misure di contenimento del virus. L'ottima capacità di ripresa emersa nei mesi estivi non consente alle imprese del settore di recuperare quanto perso durante il *lockdown*. Nella media dei primi undici mesi 2020 il fatturato del settore perde ancora l'8,9 % rispetto allo stesso periodo del 2019.

Da una rilevazione effettuata da Unioncamere³ a livello provinciale, si ricavano interessanti informazioni riguardanti gli impatti prodotti dalla crisi sanitaria sulle imprese e le valutazioni sulle prospettive di recupero dell'attività. Come è possibile vedere dalla tabella 1 che riporta i dati di alcune province (sede dei principali distretti mobiliari italiani), la percentuale di imprese che a ottobre mostrava livelli di attività simili al periodo pre-COVID non superava il 16% (in testa i distretti del Mobile di Pordenone, di Treviso e di Monza e Brianza). Solo il distretto delle cucine di Pesaro presentava aziende con attività sospesa o a rischio di chiusura. Il recupero dell'attività a livelli accettabili previsto dalle imprese del settore entro il 1° semestre 2021 riguarda una discreta percentuale di aziende (dal 30 al 60%) con quote più significative nei distretti dell'Imbottito di Forlì e del Legno arredo di Pordenone.

Tab. 1 – Situazione delle imprese dei distretti del Mobile e periodo previsto per recupero e ripresa dell'attività con livelli accettabili (quote% imprese)

	Imprese in linea con il 2019	Recupero entro 2020	Recupero entro primi 6 mesi 2021	Imprese con livelli accettabili entro 1° semestre 2021	Imprese con attività sospesa*
Treviso	13,4	7,5	22,6	43,5	0,0
Monza e Brianza	12,4	8,0	31,2	51,5	0,0
Pesaro	4,4	15,4	31,0	50,9	9,6
Bari	13,3	14,4	19,9	47,6	0,0
Vicenza	10,0	4,4	17,9	32,3	0,0
Pordenone	16,2	15,9	25,3	57,4	0,0
Forlì	3,7	29,0	30,4	63,1	0,0

Nota: * e/o imprese per cui si valuta la chiusura. Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Unioncamere-Anpal, sistema informativo Excelsior

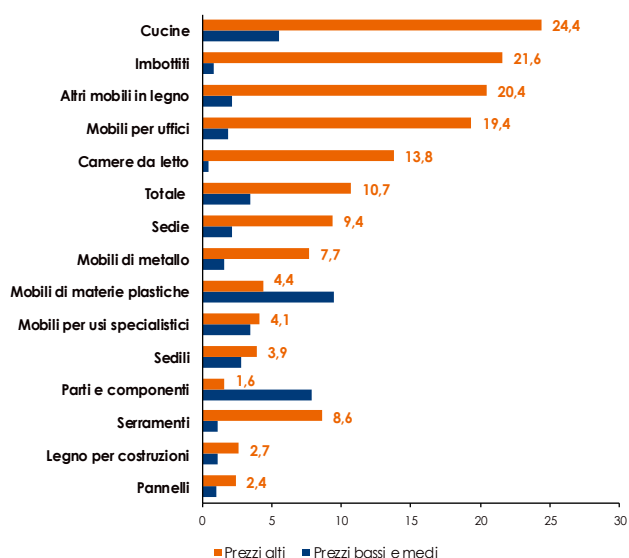
³ La domanda di lavoro delle imprese. Indagine Unioncamere-Anpal, Sistema informativo Excelsior, svolta nel periodo dal 19 ottobre al 2 novembre 2020.

4. Prospettive e sfide per il Mobile

Uno dei temi centrali per l'industria del Mobile è quello dei **mercati esteri** per individuare quali siano le prospettive di crescita del settore e in quali direzione proseguire anche dopo la fase di emergenza sanitaria. Proprio la specializzazione nell'alto di gamma del mobile italiano può essere decisiva nella fase di ripartenza. Da un'analisi dell'export per fasce di prezzo realizzata al nostro interno emerge che era in corso un lieve recupero delle nostre quote di alto prezzo nell'industria del Mobile con una buona presenza nell'alto di gamma in quasi tutti i comparti. Spiccano per quote di mercato nelle fasce di prezzo elevato le cucine, gli imbottiti e i mobili d'ufficio ma l'Italia detiene discrete quote diffuse anche in altri comparti (camere da letto, sedie, mobili in metallo) (Fig. 26). Figuriamo al secondo posto per quote di mercato nella fascia alta di prezzo in gran parte dei comparti dopo la Germania (10,7%) (Fig. 27).

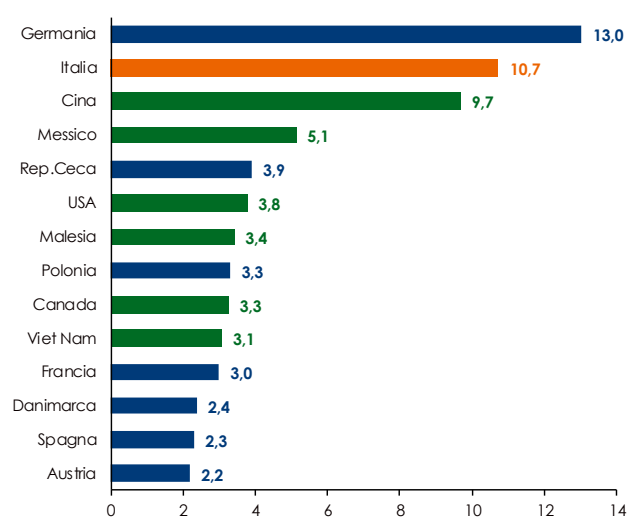
Crescita sui mercati esteri

Fig. 26 –Quote di mercato italiane nei comparti del mobile per fasce di prezzo, 2018 (% su dollari correnti)



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati BACI (CEPI)

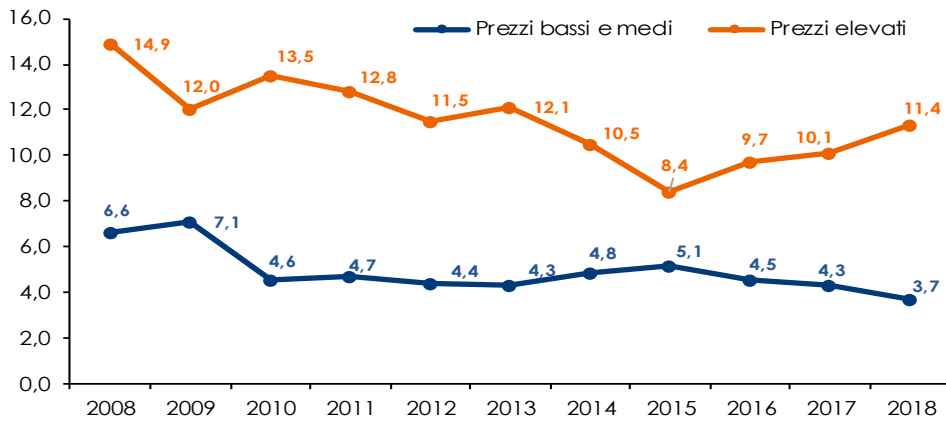
Fig. 27- Quote di mercato nel mobile nelle fasce di prezzo elevate, 2018 (% su dollari correnti)



Nota: in blu i paesi europei; in verde i paesi extra-europei. Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati BACI (CEPI)

Analizzando l'evoluzione delle quote di mercato italiano del mobile per fasce di prezzo si evidenzia tra il 2008 e il 2015 un'erosione delle quote di mercato dell'alto di gamma, e un recupero negli anni successivi con una crescita diffusa delle quote italiane nelle fasce alte di prezzo nei diversi comparti del mobile (Fig. 28).

Fig. 28 - Quote di mercato italiane nei comparti del mobile per fasce di prezzo, 2018 (% su dollari correnti)

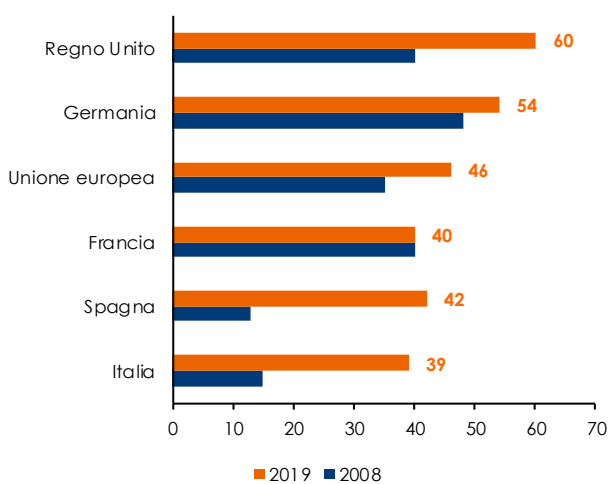


Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati BACI (CEPI)

Da questo trend positivo occorre trovare impulso per la ripartenza affrontando la competizione sui mercati esteri anche attraverso l'e-commerce (Fig. 29), uno dei driver di crescita per il settore e che ha conosciuto una forte accelerazione nel corso del 2020. Secondo le ultime rilevazioni dell'Osservatorio B2c del Politecnico di Milano gli acquisti online in Italia nel 2020 valgono 30,6 miliardi di euro (-3% rispetto al 2019). L'e-commerce di prodotto in particolare ha avuto l'incremento più elevato raggiungendo i 23,4 miliardi di euro nel 2020 (+31%, 5,2 miliardi di euro in più rispetto al 2019). Tra i comparti emergenti che sperimentano una forte accelerazione figurano l'arredamento e home living, con un giro d'affari di 2,4 miliardi di euro e un indice di crescita che si attesta sul +32% e il Food & grocery (+70%). Complice anche il lungo lockdown sono cresciuti sia l'informatica che l'elettronica di consumo (crescita del 20% rispetto al 2019), l'abbigliamento (+22%) e anche l'editoria (+18%). Nella categoria "altri prodotti" rientra l'acquisto di articoli beauty, giochi e ricambi auto (Fig. 30).

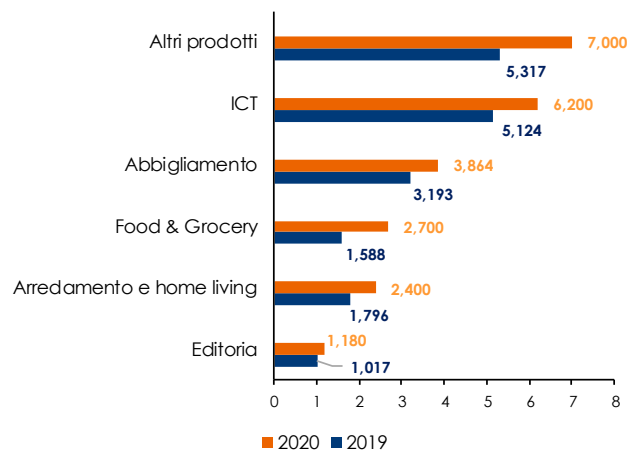
Sviluppo dell'e-commerce

Fig. 29 - Quota % popolazione che ha fatto acquisti online di articoli per la casa (anche mobili esclusa elettronica) nell'ultimo anno



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Eurostat

Fig. 30 - Vendite online in Italia di prodotti (milioni di euro)



Fonte: elaborazione Intesa Sanpaolo su dati Politecnico di Milano

Il Politecnico di Milano ha rilevato inoltre che nel 2019 l'export italiano online di arredamento e home living, che incide per circa l'8% delle esportazioni digitali complessive, è stato pari a 1

miliardo di euro (il 10% dell'export complessivo di mobili). La via del canale digitale sui mercati esteri è destinata ad aumentare ulteriormente, anche alla luce della quota crescente di popolazione che fa acquisti online per la casa all'estero (Fig. 29).

Lo shock della crisi sanitaria ha accelerato i processi di digitalizzazione in molte imprese, soprattutto in quelle maggiormente strutturate, come emerge da una recente indagine interna⁴. Dall'indagine si evince che l'introduzione/potenziamento di soluzioni digitali (ad esempio nei processi produttivi dell'azienda, nella promozione e vendita dei prodotti, nell'interazione con la clientela ecc.), risulta essere la strategia maggiormente adottata dalle imprese per rispondere all'emergenza in corso. Anche diverse aziende del settore del mobile nel periodo del *lockdown* hanno intensificato il processo di digitalizzazione avvalendosi di strumenti che hanno cambiato le relazioni verso l'interno e verso l'esterno con fornitori e clienti. Alcune appartengono a distretti industriali come Calligaris (distretto della Sedia di Manzano), Molteni e Poltrona Frau (distretto del Legno arredo della Brianza).

Esperienze digitali (casi aziendali)

Diverse imprese del Mobile hanno implementato strategie di marketing sempre più *omnichannel*, utilizzando molti diversi canali sia online che offline, e sviluppato nuovi prodotti e sistemi funzionali anche alle nuove esigenze di *smart working* e *co-living*. La digitalizzazione dei processi, dal marketing alla comunicazione, è considerata ora sempre più strategica per avvicinarsi alla clientela a livello globale. Marchi famosi del settore hanno spinto l'acceleratore sul *digital* sia per quanto riguarda le vendite online sia per l'offerta di servizi di consulenza via web (tra queste Febal casa, Calligaris, Kartell, Molteni, Poltrona Frau).

Durante il *lockdown*, Febal casa ha lanciato il servizio di consulenza gratuita di Interior Design via web con l'obiettivo di tenere vivo il contatto con il marchio e il dialogo con i consumatori, di soddisfare nuove esigenze di consumo e nuovi segmenti di pubblico.

Nel contesto di riordino dell'azienda Calligaris rientra anche il rifacimento del sito internet con la nuova piattaforma e-commerce gestita internamente che parte in Italia a luglio per poi arrivare in Francia, Gran Bretagna, Germania e Stati Uniti.

Anche Kartell ha inaugurato recentemente un nuovo sito web per la presentazione dell'intera collezione destinata al mercato europeo e nord-americano e, a breve, anche a quello medio-orientale e asiatico.

Molteni, con l'obiettivo di espandere la propria rete sul mercato statunitense, ha deciso di aderire alla piattaforma 1stDibs (importante player per le vendite online oltreoceano), offrendo una selezione esclusiva di pezzi iconici delle sue collezioni. Il marchio prevede, inoltre, il lancio di una nuova piattaforma e-commerce con cui offrirà alla propria clientela un catalogo di prodotti in pronta consegna e una *made to order*, utilizzando un configuratore che permette di personalizzare i prodotti a seconda delle finiture disponibili, oltre alla possibilità di scaricare modelli 3D e foto in alta definizione.

Poltrona Frau ha dato recentemente l'avvio per la realizzazione di una sofisticata piattaforma tecnologico-creativa che conduce l'utente ad immergersi nei due mondi delle nuove collezioni ColorSphere e Future Heritage del marchio.

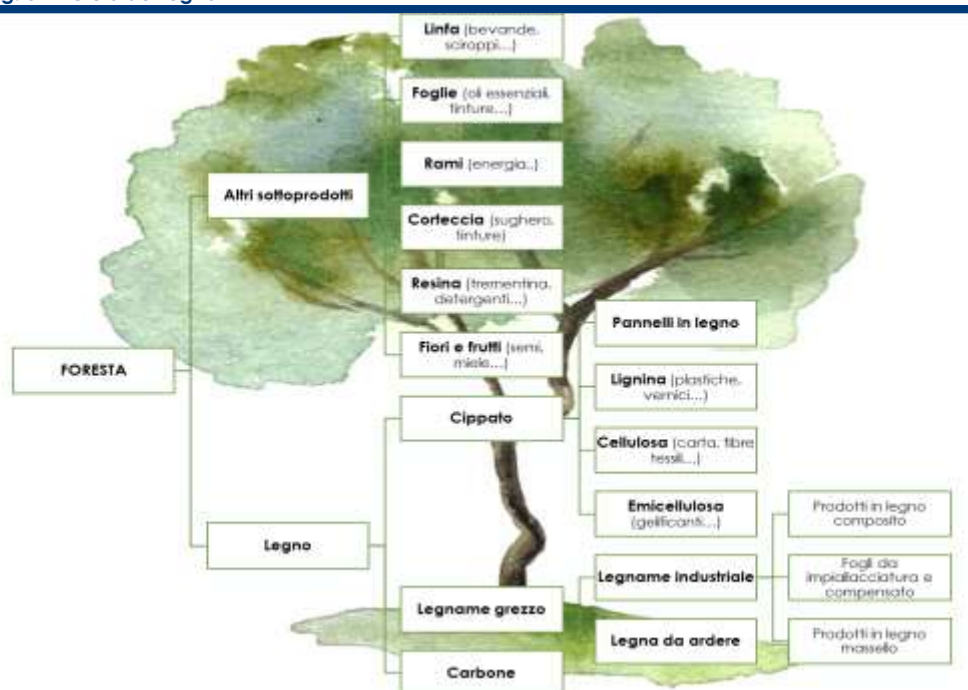
L'emergenza sanitaria ha rilanciato anche il tema di **un'economia sostenibile**, un trend che sperimenterà un nuovo slancio legato al cambiamento di abitudini e comportamenti innestato dalla diffusione epidemica. Per il comparto del mobile è un tema ampio che parte dall'utilizzo di

**L'importanza di un'economia
eco-compatibile**

⁴ Survey periodica effettuata tra fine giugno e inizio luglio su quasi 3.000 gestori che hanno fornito valutazioni relative a circa 360 mila imprese clienti.

materiali per la progettazione con cicli di vita sostenibili e che abbraccia poi tutte le fasi dei processi aziendali.

Fig. 31 – Ciclo del legno



Fonte: Elaborazione Intesa Sanpaolo

L'Italia è un leader europeo nell'economia circolare e nel riciclo dei rifiuti. Ha sviluppato buone pratiche ed esperienze innovative ed ha ottimizzato virtuosamente la raccolta differenziata, il riutilizzo, il riuso, il riciclo e la riparazione di prodotti in legno. In valore assoluto, la raccolta differenziata si attesta a 17,5 milioni di tonnellate, aumentando di 1,1 milioni di tonnellate rispetto al 2017 (16,4 milioni di tonnellate). Per il legno si registra nel 2018 un aumento della raccolta del 13,5%, che fa seguito alla crescita dell'8,2% già rilevata tra il 2016 e il 2017. I quantitativi di questa frazione, intercettati in modo differenziato, sfiorano le 910 mila tonnellate (Tab. 2), di cui il 17% circa rappresentato da rifiuti di imballaggio.

Tab. 2 - Raccolta differenziata del legno per ripartizione geografica 2017-18

Frazione merceologica	2017				2018			
	Nord	Centro	Sud	Italia	Nord	Centro	Sud	Italia
Quantitativo raccolto (migliaia tonnellate)	592,6	128,8	78,9	800,4	670,6	144,7	93,2	908,4
Quantitativo pro capite raccolto (Kg)	21,4	10,7	3,8	13,2	24,2	12	4,5	15,1

Fonte: ISPRA, Rapporto rifiuti urbani 2019

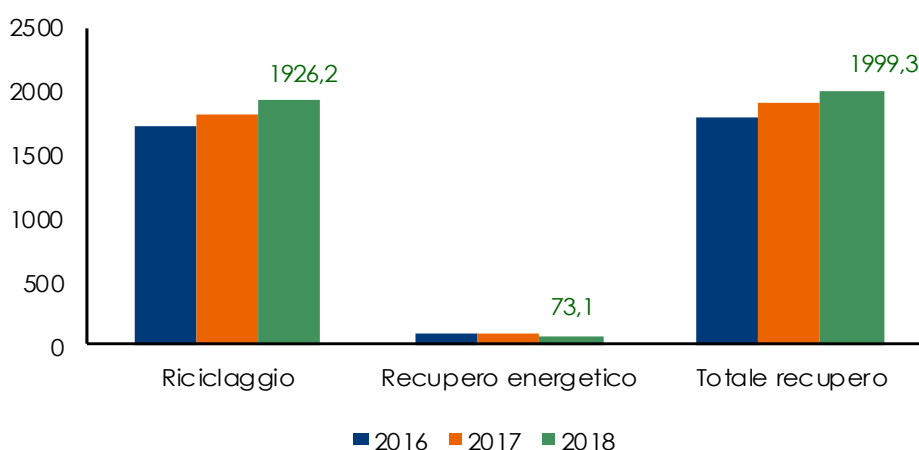
Permangono peraltro differenze regionali significative e riconducibili sia a diverse abitudini di consumo sia a una differente diffusione del servizio di raccolta differenziata.

Una componente significativa è rappresentata dai rifiuti speciali, ovvero proveniente da industria e commercio. La produzione dei rifiuti speciali dell'industria del legno e dei prodotti in legno e sughero in legno si attesta, nell'anno 2018, a 1,2 milioni di tonnellate (il 5,1% della produzione dei rifiuti speciali non pericolosi dell'industria manifatturiera), mentre quella derivante dalla fabbricazione di mobili è di 657 mila tonnellate (il 2,6% della produzione complessiva di rifiuti speciali) (fonte: Ispra Rapporto Rifiuti speciali 2020).

Tra il 2017 e il 2018, il comparto del Legno ha registrato un incremento nel recupero totale del 5,2% con un aumento in volume di 99 mila tonnellate (quasi due milioni di tonnellate la quota raggiunta nel 2018) (Fig. 32). La frazione merceologica del legno è fra quelle che incide maggiormente sul totale riciclato da superfici private (+37,6%).

Il settore dell'arredamento italiano è da molti anni all'avanguardia, a livello mondiale, per l'alto contenuto di materiale riciclato nei propri prodotti. Il pannello truciolare italiano, che costituisce ancora la base per i prodotti di arredamento, è infatti realizzato con tecniche che permettono di utilizzare una percentuale di legno riciclato superiore alla media europea. Oggi oltre il 95% dei rifiuti legnosi dopo il consumo è avviato a impianti per la produzione di pannelli per l'industria del mobile. Complessivamente, l'impatto economico sulla produzione nazionale delle attività della filiera del recupero del legno post-consumo è stimabile in circa 1,4 miliardi di euro, con quasi 6.000 posti di lavoro in Italia⁵.

Fig. 32 – Quantità di rifiuti di imballaggio in legno riciclati e recuperati da superfici pubbliche e private (1.000 tonnellate) anni 2016-18



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Ispra

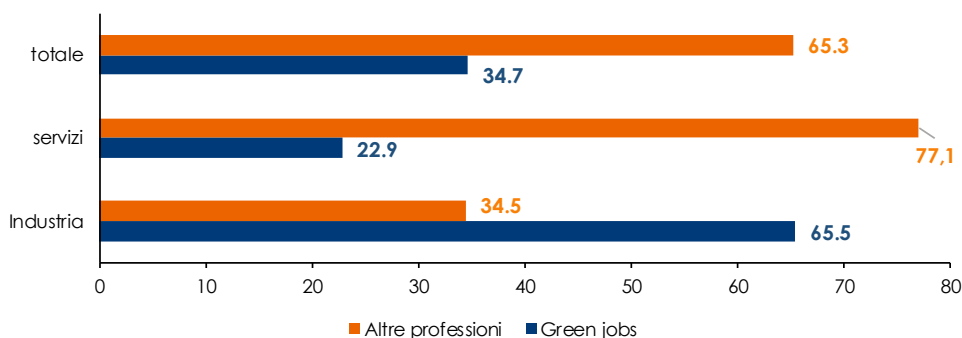
Per quanto riguarda gli investimenti green aziendali dal Rapporto Greenitaly emerge che sono circa il 35,8% le imprese italiane del manifatturiero che hanno investito nel periodo 2015-18, o prevedono di farlo entro la fine del 2019 (nell'arco complessivamente di un quinquennio), in prodotti e tecnologie green. Nell'industria del legno e dei mobili l'incidenza degli eco-investimenti delle imprese nello stesso periodo è leggermente inferiore e pari al 31,1% sul totale delle imprese del comparto.

Nel 2019 i fabbisogni occupazionali programmati dalle imprese vedono coinvolti circa 1,6 milioni di occupazioni green, pari al 34,7% delle entrate totali. In dettaglio, dall'indagine effettuata da Unioncamere-Anpal risulta che nel 2019 il 78,8% delle imprese italiane ha richiesto delle competenze green⁶, non solo a chi possiede un titolo universitario (83,1%), ma anche a neodiplomati (78,1%) e a chi si affaccia al mondo del lavoro subito dopo le scuole dell'obbligo (79,8%). Nel grafico seguente si osserva che nelle imprese dell'industria la quota di entrate relative ai Green Jobs previste nel 2019 è marcatamente superiore a quella rilevata nei servizi, 65,5% contro 22,9% (Fig. 33).

⁵ Symbola-Unioncamere, Rapporto Greenitaly 2019.

⁶ Le imprese che investono in competenze green sono individuate tra quelle che hanno richiesto il possesso di capacità quali l'attitudine al risparmio energetico e alla sostenibilità ambientale ad almeno la metà delle entrate previste nel 2019.

Fig. 33 - Entrate programmate dalle imprese nel 2019 di Green jobs e altre professioni per macrosettore (% sul totale entrate del macrosettore)



Fonte: Unioncamere Anpal, Sistema Informativo Excelsior, Le competenze Green, 2019

Nell'industria del Legno e del Mobile le entrate nel 2019 sono 38.980 con una quota di Green jobs pari a 16.090 e una percentuale del 41,3% di lavoratori con competenze green rispetto al totale degli occupati del settore. Il Mobile si posiziona tra i comparti con quote significative di occupati green anche se inferiori alla media del Manifatturiero (41,3% Mobile, 65,5% Manifatturiero).

Tra le molteplici eredità che ci lascerà la crisi sanitaria ci sono anche aspetti che potrebbero tradursi in un rafforzamento della Filiera Made in Italy.

Valore delle filiere e della prossimità

L'emergenza ha evidenziato la necessità di una catena di fornitura capace di adeguarsi con rapidità di fronte a eventi estremi, quindi localizzata a distanze gestibili⁷. Le filiere saranno sempre più strategiche per la ripartenza del settore come strategici saranno i distretti che hanno fatto del radicamento locale la loro cifra distintiva.

Le filiere di prossimità rappresentano un fattore competitivo nei distretti: i fornitori sono molto più vicini ai committenti di quanto avviene altrove. La filiera dell'Arredo è presente in tutta Italia ma altamente concentrata nei distretti produttivi che continuano a offrire vantaggi localizzativi, sia per le imprese più piccole sia per i soggetti più grandi. Le imprese capofila considerano il distretto come luogo che agevola i processi di innovazione e di internazionalizzazione fornendo una rete di componentisti e terzi in grado di interpretare le richieste del mercato e caratterizzata da flessibilità, disponibilità all'ascolto, velocità e organizzazione.

La vicinanza favorisce, inoltre, l'adozione di tecnologie 4.0, già oggi maggiormente diffuse nei distretti. Tecnologie e attenzione all'ambiente sono due importanti motori di trasformazione dei distretti⁸.

Occorre tenere presente che non tutti i distretti sono uguali e che ciascuno presenta proprie specificità. Ogni distretto ha una propria storia, che ha determinato una particolare struttura produttiva e dimensionale, e propone diverse tipologie di prodotti con gamme qualitative differenti. Nel settore del legno-arredo accanto a poli produttivi con un'offerta più ampia e diversificata (Treviso e Pordenone) che si coniuga anche con un alto livello qualitativo dei

⁷ Dalla Survey sui gestori, citata in precedenza, sembra emergere un processo di revisione delle catene di fornitura per ridurre le distanze di approvvigionamento e superare le criticità emerse in termini di interruzioni delle forniture durante la fase di lockdown. Le imprese del mobile sono tra quelle che hanno avuto maggior problemi di approvvigionamento.

⁸ Le imprese con più alta sensibilità verso la sostenibilità ambientale hanno investito maggiormente e da più tempo nella tecnologia 4.0 (Economia e finanza dei distretti industriali, Rapporto annuale, dicembre 2019).

prodotti (Brianza), troviamo sia distretti a più alta specializzazione nel comparto dell'imbottito (Forlì, Murgia e Pistoia) sia distretti con un'antica tradizione artigianale nella produzione di mobili d'arte (Vicenza, Verona, Perugia) attualmente ampliata con nuove tipologie di prodotti. Anche poli produttivi con un'elevata specializzazione (Sedie e tavoli di Manzano e Cucine di Pesaro) nel tempo hanno diversificato la loro offerta inserendo nel loro portafoglio prodotti anche mobili per soggiorni e camere, accessori e componenti per arredo.

Pur mantenendo forti legami con il territorio, i distretti del Mobile presentano diversi livelli di radicamento, come abbiamo osservato precedentemente nell'analisi sulle distanze degli acquisti di forniture, in cui si evince che i distretti mobiliari del Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Lombardia ed Emilia-Romagna evidenziano un legame maggiore (distanza media degli acquisti tra i 68 e i 96 km). Alcune aree distrettuali beneficiano, infatti, anche della presenza di un indotto della meccanica applicata al mobile che favorisce i rapporti di filiera.

5. Conclusioni

L'incertezza dello scenario rimane elevata e la ripresa del settore è ancora condizionata, come per altri settori produttivi, dal perdurare dello stato di emergenza sanitaria. Sul fronte nazionale, per il biennio 2021-22, nell'ipotesi che l'emergenza sanitaria possa essere superata, si prospetta una graduale ripresa dei redditi che, insieme al rimbalzo atteso degli investimenti del mercato immobiliare, potrà sostenere la crescita della domanda interna di mobili. Il settore potrà anche beneficiare del rinnovo degli incentivi fiscali prorogati attualmente per tutto il 2021. Sul fronte estero, superata la fase di crisi, l'attesa è di una ripresa della domanda mondiale che sosterrà la crescita delle esportazioni, dando un buon contributo alla dinamica del settore. In questo scenario il fatturato delle imprese del comparto potrà sperimentare una ripresa, probabilmente solo parziale, che non riporterà i valori dell'attività settoriale ai livelli pre-COVID.

Il settore deve affrontare alcune sfide complesse cercando di far leva sui punti di forza che caratterizzano il design Made in Italy. Una delle eredità dell'emergenza COVID è rappresentata dalla **strategicità della filiera corta** ovvero di una catena di fornitura capace di adeguarsi con rapidità di fronte a eventi estremi, quindi localizzata a distanze gestibili. Questa strategia avvantaggia il Made in Italy essendo la prossimità, come abbiamo visto, una caratteristica distintiva della filiera del legno arredo italiano. Il legame e il radicamento nel territorio saranno il punto di forza che permetterà la ripartenza del settore. Occorre tuttavia anche affrontare il tema dell'integrazione tra i diversi soggetti all'interno della supply chain e stabilire rapporti di partnership per evitare che si creino difficoltà, a monte e a valle del processo produttivo.

Punto di forza è la qualità dell'offerta settoriale e la specializzazione nell'alto di gamma del Made in Italy in quasi tutti i comparti che sono decisive per la ripartenza e per competere sui mercati internazionali.

Una sfida per il Mobile è rappresentata dalla **digitalizzazione** e tutto ciò che può offrire alle imprese del settore in termini di comunicazione, marketing, interazione tra fisico e virtuale, individuazione di nuovi sistemi di vendita. La multicanalità, come abbiamo visto, è una delle strategie che diverse aziende intendono portare avanti anche dopo il periodo di emergenza COVID. Il **canale digitale** si conferma un elemento fondamentale per aggredire importanti mercati esteri interessati alla produzione d'alta gamma del design italiano. A causa, inoltre, dell'annullamento delle fiere e dei viaggi meno frequenti, la quota di vendite online all'estero (10% dell'export complessivo di mobili nel 2019) sembra destinata a crescere.

Un altro importante driver per la ripartenza del settore è la **sostenibilità**. L'eccellenza ambientale dell'Italia deriva dalla capacità di produrre valore dall'utilizzo di fattori immateriali quali il design, la ricercatezza dei prodotti e l'immagine degli stessi. La scelta vincente di collocarsi nelle fasce di prezzo più alte di mercati di nicchia ha quindi risvolti positivi in riferimento all'ambiente perché consente di creare ricchezza senza esercitare troppe pressioni in termini di inquinamento. Abbiamo visto come il settore abbia iniziato a cogliere con sempre maggiore consapevolezza le opportunità derivate dalla green economy e dai modelli di sviluppo legati all'economia circolare. La competitività del settore sui mercati esteri si gioca anche ripensando i processi produttivi in chiave sostenibile e corredando i prodotti con le opportune certificazioni qualitative e ambientali richieste in molti Paesi avanzati, soprattutto nel settore contract.

Nell'ambito del **segmento contract**, e, in particolare nell'arredo d'ufficio, la pandemia ha accelerato trasformazioni già in atto (destrutturazione dell'ufficio tradizionale, maggiore diffusione dello *smart working*, diventato in emergenza sanitaria *home working*) che hanno prodotto pesanti effetti negativi sulla produzione dei sistemi e arredi per ufficio. Si tratta di un segmento particolare in cui l'acquisto dei prodotti non avviene sulla scia dell'emozione e non c'è un contatto diretto con l'utente finale, come avviene per il settore casa che ha invece potuto godere di un rimbalzo degli ordini dopo il lockdown, grazie agli acquisti delle famiglie.

Anche dopo la pandemia lo *smart working* e, in generale, il lavoro al di fuori dei consueti ambienti professionali, manterrà una quota importante. A questo proposito l'associazione nazionale Federlegno ha formulato una richiesta alle istituzioni affinché vengano concessi degli sgravi fiscali alle aziende che forniscono ai dipendenti mobili per ufficio (scrivanie e sedie ergonomiche).

In attesa della ripresa Federlegno ha promosso il progetto "Le linee guida per la disposizione dei mobili per ufficio nel periodo post COVID 19" elaborate dalla Commissione tecnica di Assufficio, con la collaborazione di professionisti esterni impegnati nella progettazione di spazi ufficio e nel loro adeguamento in condizioni post pandemiche. Le linee guida forniscono una serie di indicazioni utili a predisporre gli ambienti di lavoro, rispettando le norme del distanziamento sociale imposte dalla pandemia. Offrono, inoltre, una fotografia delle trasformazioni degli ambienti dell'ufficio, con un ripensamento della distribuzione degli spazi in un'ottica di maggior avvicinamento tra mondo home e office.

Importanti comunicazioni

Gli economisti che hanno redatto il presente documento dichiarano che le opinioni, previsioni o stime contenute nel documento stesso sono il risultato di un autonomo e soggettivo apprezzamento dei dati, degli elementi e delle informazioni acquisite e che nessuna parte del proprio compenso è stata, è o sarà, direttamente o indirettamente, collegata alle opinioni espresse.

La presente pubblicazione è stata redatta da Intesa Sanpaolo S.p.A. Le informazioni qui contenute sono state ricavate da fonti ritenute da Intesa Sanpaolo S.p.A. affidabili, ma non sono necessariamente complete, e l'accuratezza delle stesse non può essere in alcun modo garantita. La presente pubblicazione viene a Voi fornita per meri fini di informazione ed illustrazione, ed a titolo meramente indicativo, non costituendo pertanto la stessa in alcun modo una proposta di conclusione di contratto o una sollecitazione all'acquisto o alla vendita di qualsiasi strumento finanziario. Il documento può essere riprodotto in tutto o in parte solo citando il nome Intesa Sanpaolo S.p.A.

La presente pubblicazione non si propone di sostituire il giudizio personale dei soggetti ai quali si rivolge. Intesa Sanpaolo S.p.A. e le rispettive controllate e/o qualsiasi altro soggetto ad esse collegato hanno la facoltà di agire in base a/ovvero di servirsi di qualsiasi materiale sopra esposto e/o di qualsiasi informazione a cui tale materiale si ispira prima che lo stesso venga pubblicato e messo a disposizione della clientela.

Comunicazione dei potenziali conflitti di interesse

Intesa Sanpaolo S.p.A. e le altre società del Gruppo Bancario Intesa Sanpaolo (di seguito anche solo "Gruppo Bancario Intesa Sanpaolo") si sono dotate del "Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del Decreto Legislativo 8 giugno 2001, n. 231" (disponibile sul sito internet di Intesa Sanpaolo, all'indirizzo: <https://group.intesasnpaolo.com/it/governance/dlgs-231-2001>) che, in conformità alle normative italiane vigenti ed alle migliori pratiche internazionali, include, tra le altre, misure organizzative e procedurali per la gestione delle informazioni privilegiate e dei conflitti di interesse, ivi compresi adeguati meccanismi di separazione organizzativa, noti come Barriere informative, atti a prevenire un utilizzo illecito di dette informazioni nonché a evitare che gli eventuali conflitti di interesse che possono insorgere, vista la vasta gamma di attività svolte dal Gruppo Bancario Intesa Sanpaolo, incidano negativamente sugli interessi della clientela.

In particolare, l'esplicitazione degli interessi e le misure poste in essere per la gestione dei conflitti di interesse – facendo riferimento a quanto prescritto dagli articoli 5 e 6 del Regolamento Delegato (UE) 2016/958 della Commissione, del 9 marzo 2016, che integra il Regolamento (UE) n. 596/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda le norme tecniche di regolamentazione sulle disposizioni tecniche per la corretta presentazione delle raccomandazioni in materia di investimenti o altre informazioni che raccomandano o consigliano una strategia di investimento e per la comunicazione di interessi particolari o la segnalazione di conflitti di interesse e successive modifiche ed integrazioni, dal FINRA Rule 2241, così come dal FCA Conduct of Business Sourcebook regole COBS 12.4 – tra il Gruppo Bancario Intesa Sanpaolo e gli Emittenti di strumenti finanziari, e le loro società del gruppo, nelle raccomandazioni prodotte dagli analisti di Intesa Sanpaolo S.p.A. sono disponibili nelle "Regole per Studi e Ricerche" e nell'estratto del "Modello aziendale per la gestione delle informazioni privilegiate e dei conflitti di interesse", pubblicato sul sito internet di Intesa Sanpaolo S.p.A. all'indirizzo <https://group.intesasnpaolo.com/it/research/RegulatoryDisclosures>. Tale documentazione è disponibile per il destinatario dello studio anche previa richiesta scritta al Servizio Conflitti di interesse, Informazioni privilegiate ed altri presidi di Intesa Sanpaolo S.p.A., Via Hoepli, 10 – 20121 Milano – Italia.

Inoltre, in conformità con i suddetti regolamenti, le disclosure sugli interessi e sui conflitti di interesse del Gruppo Bancario Intesa Sanpaolo sono disponibili all'indirizzo <https://group.intesasnpaolo.com/it/research/RegulatoryDisclosures/archivio-dei-conflitti-di-interesse> ed aggiornate almeno al giorno prima della data di pubblicazione del presente studio. Si evidenzia che le disclosure sono disponibili per il destinatario dello studio anche previa richiesta scritta a Intesa Sanpaolo S.p.A. – Industry & Banking Research, Via Romagnosi, 5 - 20121 Milano - Italia.

Intesa Sanpaolo Direzione Studi e Ricerche - Responsabile Gregorio De Felice**Industry & Banking Research**

Fabrizio Guelpa (Responsabile)	0287962051	fabrizio.guelpa@intesasnpaolo.com
Ezio Guzzetti	0287963784	ezio.guzzetti@intesasnpaolo.com

Industry Research

Stefania Trenti (Responsabile)	0287962067	stefania.trenti@intesasnpaolo.com
Letizia Borgomeo		letizia.borgomeo@intesasnpaolo.com
Maria Cristina De Michele	0287963660	maria.demichela@intesasnpaolo.com
Serena Fumagalli	0272652038	serena.fumagalli@intesasnpaolo.com
Ilaria Sangalli	0272652039	ilaria.sangalli@intesasnpaolo.com
Giovanni Foresti (Responsabile coordinamento Economisti sul Territorio)	0287962077	giovanni.foresti@intesasnpaolo.com
Romina Galleri (sede di Torino)	0115550438	romina.galleri@intesasnpaolo.com
Sara Giusti (sede di Firenze)	0552613508	sara.giusti@intesasnpaolo.com
Anna Maria Moressa (sede di Padova)	0496537603	anna.moressa@intesasnpaolo.com
Carla Saruis	0287962142	carla.saruis@intesasnpaolo.com
Enrica Spiga	0272652221	enrica.spiga@intesasnpaolo.com
Rosa Maria Vitulano (sede di Roma)	0667124975	rosa.vitulano@intesasnpaolo.com

Banking Research

Elisa Coletti (Responsabile)	0287962097	elisa.coletti@intesasnpaolo.com
Valentina Dal Maso	0444631871	valentina.dalmaso@intesasnpaolo.com
Federico Desperati	0272652040	federico.desperati@intesasnpaolo.com
Viviana Raimondo	0287963637	viviana.raimondo@intesasnpaolo.com

Local Public Finance

Laura Campanini (Responsabile)	0287962074	laura.campanini@intesasnpaolo.com
--------------------------------	------------	-----------------------------------

Elaborazioni dati e statistiche

Angelo Palumbo	0272651474	angelo.palumbo@intesasnpaolo.com
----------------	------------	----------------------------------