

Bellasio: «*Mercati sotto pressione a causa delle tensioni geopolitiche, ma la priorità è garantire un futuro anche alle aziende dell'indotto*»

La filiera «invisibile» che tiene in piedi il legno-arredo

Il comparto dell'arredo lombardo si presenta all'appuntamento del 2026 con un profilo di eccellenza, ma segnato da profonde incertezze. I dati del **Centro Studi di Confartigianato Lombardia** (marzo 2026) delineano un primato europeo: **l'Italia è leader nell'export di mobili** verso il Medio Oriente con 742 milioni di euro, un valore 3,5 volte superiore a quello della Germania, e verso gli Stati Uniti con 1,47 miliardi. La sola Lombardia si posiziona come prima regione europea per vendite in Medio Oriente (289,8 milioni, pari al

39% del made in Italy di settore verso quest'area) e terza per vendite di mobili verso gli USA, con 386,8 milioni di euro. Nel 2025, tuttavia, l'export lombardo di mobili verso gli Stati Uniti, a causa dei dazi di Trump, ha registrato un calo del 9,6%, con una contrazione ancora più marcata nell'ultimo trimestre (-20,7%). Sul Medio Oriente la riduzione su base annua è stata più contenuta (-3,5%, meglio del -8,4% nazionale), ma con una brusca inversione finale: nel quarto trimestre 2025 province come Monza Brianza e Como, che sull'intero anno mostravano ancora crescita rispettivamente del 6,9% e del 7,5%, hanno segnato un arretramento del 5,8% e del 22,2%. In questo contesto di pressione sui margini e costi di produzione in aumento, l'artigianato - che rappresenta il 61% delle 4.511 imprese totali del settore, per 27.783 addetti - è chiamato a ripensare la propria strategia. Abbiamo approfondito queste dinamiche con **Marco Bellasio**, Presidente del settore Arredo di Confartigianato Lombardia.

Presidente, i dati parlano di un primato lombardo insidiato da una frenata brusca a fine 2025. Come descriverebbe questo momento?

«Lo definirei un anno interlocutorio, quasi sospeso. I fasti del post-Covid sono finiti e la congiuntura geopolitica sta pesando enormemente. Quando le grandi aziende frenano, noi artigiani della filiera freniamo di riflesso. Il vero pericolo è che nel comparto degli artigiani si inneschi una concorrenza agguerrita tale da danneggiare tutti. È una situazione che ci obbliga a vigilare costantemente».

I fratelli Corrado, Andrea e Marco Bellasio. Quest'ultimo è presidente del settore Arredo di Confartigianato Lombardia

A proposito di mercati, il Medio Oriente è storicamente fondamentale per la Lombardia, ma oggi è un'area di crisi. Cosa sta succedendo agli ordini?

«È un mercato vitale che ora è in sofferenza non solo in prospettiva futura, ma nell'immediato. Molti ordini già acquisiti sono bloccati dalle guerre: le aziende hanno lavorato, ma non incassano perché le spedizioni sono ferme. Il comparto è stato colto di sorpresa dalla rapidità con cui questo scenario si è deteriorato. Chi ne soffre meno è chi lavora nelle fasce più alte, dove la qualità e il posizionamento di nicchia restano ancora l'arma principale di difesa».

Lei insiste spesso su un concetto particolare: lo svanire delle "aziende invisibili". Chi sono e perché la loro scomparsa minaccia il distretto?

«Sono le imprese di subfornitura specializzate - lucidatori, tornitori, tappezzieri, intarsiatori etc - che non hanno un prodotto proprio e quindi non emergono nelle statistiche dei grandi brand, ma sono il motore silenzioso dell'arredamento su misura. Il loro assottigliamento è un problema strutturale.

Un episodio, in questo senso, è esemplare. Penso a un'azienda specializzata in sagome per il legno, che ha chiuso quando il titolare è arrivato alla pensione senza trovare un successore.

Non si trattava di una realtà appariscente, ma di una bottega che custodiva un patrimonio tecnico costruito in decenni di lavoro: un magazzino di frese in grado di coprire, da solo, la quasi totalità delle richieste degli artigiani della zona, con profili e lavorazioni non trovabili sul mercato standard. Le grandi strutture di subfornitura, pur avendo capacità produttiva, non erano organizzate per gestire i piccoli quantitativi, le varianti continue e le urgenze su misura che caratterizzano l'artigianato.

Con la chiusura di questa azienda, oltre a un fornitore, si è perso un pezzo di memoria tecnica condivisa.

Quando queste realtà spariscono, non si sostituiscono dall'oggi al domani: per fortuna degli operatori del territorio interessato, il problema è stato risolto coinvolgendo un'azienda del settore che ha colto l'opportunità, ma nella maggior parte dei casi si crea un vuoto che rischia di rallentare o rendere più costoso l'intero processo produttivo, minando alla radice la competitività del comparto».

Questo ci porta al tema del capitale umano. La survey di Confartigianato indica che la carenza di manodopera qualificata resta una criticità per oltre metà delle imprese. Cosa non funziona nel dialogo con le scuole?

«Manca una formazione dell'imprenditore e del sistema nel suo insieme. Le scuole oggi preparano tecnici che ambiscono principalmente a ruoli di progettazione tecnologie di ultima generazione e ai centri di lavoro più avanzati. A noi, invece, servono persone disposte ad apprendere il funzionamento della filiera completa: dall'uso manuale degli strumenti fino alle fasi di finitura e imballaggio del mobile. La tecnologia è un supporto fondamentale, ma non sostituisce il saper fare manuale.

La scuola deve preparare operatori per il lavoro di squadra, non solo super tecnici. In azienda servono competenze professionali e soft skills: capacità di collaborare, comunicare, stare bene dentro un'organizzazione e, soprattutto, voglia di imparare, di mettersi in gioco e di rubare il mestiere».

In questo scenario, che ruolo gioca il Salone del Mobile 2026? È ancora la bussola del settore?

«Il Salone non è importante solo per chi espone direttamente, che spesso rappresenta una parte minoritaria delle nostre imprese, ma per l'immenso indotto che genera. È un ecosistema che trascina la filiera, consolida relazioni commerciali e conferma il primato del Made in Italy. L'auspicio è che, nonostante le tensioni geopolitiche, non ci siano rinunce dell'ultimo minuto e che il Salone resti il momento chiave per intercettare quegli ordini che garantiscono la continuità del lavoro».

Qual è, in definitiva, la sfida strategica che gli artigiani devono vincere?

«Non dobbiamo chiuderci nel nostro guscio. Molte aziende artigiane arrivano alla chiusura senza aver cercato aiuto, senza aver esplorato soluzioni di continuità. La mia utopia è che le imprese sopravvivano ai titolari, per orgoglio e per solidità economica del territorio. Dobbiamo proteggere le professionalità invisibili e lavorare con le scuole perché siano più flessibili e aderenti ai bisogni reali della filiera. Solo così il distretto potrà restare un punto di riferimento mondiale».

