

EDIZIONE 2025

SALONE del MOBILE

#designforliving

THOUGHT
FOR
HUMANS.



Salone del Mobile.Milano

netweek

Secondo l'Ufficio Studi di Confartigianato a risentire di più delle nuove tariffe sarebbe la filiera del mobile nelle province di Milano, Monza e Brianza e Como



Lombardia, una sfida da vincere: più qualità per contrastare i dazi USA

I dati negativi riferiti al 2024, inerenti al settore del legno-arredo, uno dei cluster chiave del made in Italy, sono confermati anche dal rapporto congiunturale dell'Ufficio Studi di Confartigianato "Tendenze del legno-arredo nell'autunno 2024". Crisi geopolitiche e incertezza economica, su cui dominano un ritardo nella ripresa del commercio internazionale e una prolungata stretta monetaria, sono anche in questo elaborato ritenute all'origine dei risultati negativi registrati nell'anno.

L'analisi della congiuntura nei comparti dei prodotti in legno e dei mobili - in

cui operano 52mila imprese, di cui i due terzi (64,7%) sono rappresentate dalle 34mila imprese artigiane - delinea una fase congiunturale critica per il settore legno-arredo, caratterizzata dalla contrazione della domanda estera, il rallentamento della produzione e dal termine di una fase espansiva dell'occupazione. Il fenomeno è diffuso su tutta la manifattura, che nei primi nove mesi del 2024 segna un calo della produzione del 3,4%, con una maggiore accentuazione della flessione per il legno e i mobili che perdono rispettivamente il 4,5% e il 3,8% della produzione. La flessione produttiva è diffusa in Europa. Le stesse vendite al dettaglio di mobili



sono in contrazione, segnando un calo dell'1,1% nello stesso periodo. Anche grazie al sostegno della manovra di bilancio, tuttavia, per il 2025 si prevede una leggera ripresa dei consumi privati (+1,0%).

«Nei primi otto mesi del 2024 - scrive l'Ufficio Studi - il settore legno-arredo registra un calo dell'export dell'1,9%, che segue una flessione del 5,3% nel corrispondente periodo del 2023: una tendenza negativa per due anni consecutivi non si registrava dal biennio 2008-2009, a seguito della Grande crisi innescata nel mercato dei mutui subprime negli Stati Uniti. In chiave settoriale, l'export registra una tenuta per il legno (+0,3%), mentre è in calo più marcato (-2,3%) per i mobili. Si delinea il termine di un ciclo espansivo dell'occupazione nel settore, con un calo del 16,1% delle assunzioni previste tra novembre 2024 e gennaio 2025. Persistono difficoltà nel reperimento di manodopera, soprattutto nelle regioni del Nord Italia. Le caratteristiche strutturali del settore in Italia delineano un'elevata presenza delle micro e piccole imprese (MPI), che costituiscono il 70,2% degli occupati del settore, mentre è rilevante la concentrazione di imprese artigiane (64,7% del totale)».

Fin qui l'analisi a livello nazionale. E in Lombardia come vanno le cose? L'Ufficio Studi rivela che nel comparto del legno arredo in Lombardia operano

8.850 aziende, di cui 5.938 artigiane, con 46mila addetti. Secondo i dati disponibili, nella regione, nel terzo trimestre del 2024, la produzione del legno-arredo ha registrato un calo del 3,5% (contro il -4,1% in media nazionale), facendo peggio solo rispetto a meccanica e moda. Da notare l'incognita che pesa sulla voce export: *«In chiave nazionale, per le esportazioni di mobili si osserva un calo del 10,4% in Germania, mentre cresce (+4,3%) quello degli Stati Uniti, primo mercato del made in Italy per mobili per la casa, sedie e divani - svela l'Ufficio Studi - Tra le province lombarde, gli USA sono il primo mercato per i mobili di Monza e Brianza, Como e Milano. È proprio su questo mercato che la possibile introduzione di dazi addizionali da parte degli Stati Uniti potrebbe avere impatti significativi».*

Confartigianato ha già fatto i conti: *«L'Italia sarebbe tra i Paesi più colpiti dall'applicazione di dazi USA sui prodotti europei. Gli Stati Uniti rappresentano infatti il secondo mercato, dopo la Germania, per il maggior valore del nostro export - 66,4 miliardi, pari al 10,7% del totale - e hanno visto un boom delle nostre vendite (+ 58,6%, pari a 24,9 miliardi di euro) tra il 2018 e il 2023. Nel 2024 il made in Italy ha conquistato il mercato statunitense soprattutto con i prodotti farmaceutici (+19,5%), alimentari, bevande e tabacco (+18%), apparecchi*

QUANDO IL MONTAGGIO conta



EM SOLUZIONI
DI MONTAGGIO

MASPEROMONTAGGIOMOBILI.IT



elettrici (+12,1%), macchinari (+3,7%), gomma, plastiche, ceramica e vetro (+3,2%), legno, stampa e carta (+2,4%). Ora l'imposizione di dazi addizionali, nelle ipotesi del 10% o del 20% (ma potrebbero attestarsi persino su percentuali superiori, ndr), farebbe calare le nostre esportazioni verso gli Stati Uniti, rispettivamente, del 4,3% o addirittura del 16,8%», spiega in un apposito comunicato

stampa l'Ufficio Studi di Confartigianato. «A risentirne sarebbero, in particolare, i settori con la maggiore presenza di micro e piccole imprese nella moda, mobili, legno, metalli, gioielleria e occhialeria... A livello territoriale, le regioni più esposte per la maggiore quota delle esportazioni negli Usa sono la Lombardia con 13.510 milioni di euro (20,5% del totale nazionale), Emilia-Romagna con 10.754 milioni (16,3%), Toscana con 10.251 milioni (15,6%), Veneto con 7.174 milioni (10,9%), Piemonte con 5.189 milioni (7,9%) e Lazio con 3.344 milioni (5,1%)».

È utile concludere questa sintesi con le parole del presidente di Confartigianato, **Marco Granelli**: «La politica dei dazi - sottolinea - può forse pagare nel breve periodo, ma l'esperienza insegna che le sfide commerciali si vincono garantendo la libera circolazione delle merci. Per le nostre imprese si apre una sfida da affrontare intensificando gli sforzi per assicurare l'alta qualità della manifattura made in Italy, arma vincente e distintiva che i mercati sanno riconoscere ed apprezzare».

NUMERI CHIAVE LEGNO E ARREDO ITALIA

52.153	Imprese registrate
220.399	Addetti in imprese attive
33.738	Imprese artigiane attive
64,7	% imprese artigianato su imprese
87.446	Addetti imprese artigiane attive
39,7	% addetti artigianato su addetti del settore
70,2	% addetti in MPI <50 addetti
46,1	miliardi di euro di fatturato
14,0	miliardi di euro in made in Italy
82,4	% mobili su esportazioni legno-arredo

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Istat e Unioncamere-Infocamere

N.B. Imprese al III trimestre 2024, addetti totali e artigianato e fatturato 2022, export 2024 (ultimi 12 mesi ad agosto) Ateco2007 16 e 31





Nuovi mercati e regole certe: la ricetta di Massetti contro la frenata del Legno-Arredo

Il presidente di Confartigianato Lombardia invita a guardare con più interesse alle aree in cui la ricchezza sta crescendo: Turchia, Paesi Arabi e Sud America

Eugenio Massetti, bresciano, è dal 2013 presidente di Confartigianato Lombardia, l'organizzazione che rappresenta oltre 95.000 imprese, tra micro, piccole e medie (MPI) e 15 realtà territoriali. Guida con consapevolezza un settore cruciale per la tenuta economica e sociale della regione, difendendo gli interessi degli artigiani e delle loro realtà imprenditoriali, autentico motore del territorio. Oggi, il comparto legno-arredo attraversa una fase complessa: dopo anni di crescita, trainata anche dall'export e dal prestigio del Made in Italy, si trova a fare i conti con la frenata che colpisce l'intera economia italiana. Massetti analizza con lucidità la situazione e propone una visione pragmatica, invocando certezze da parte di chi governa e invitando gli artigiani ad aprire gli occhi sui nuovi mercati.

Il settore legno-arredo è in frenata: le MPI e le imprese artigiane soffrono più delle altre?

«Essere piccoli nel settore legno-arredo offre un vantaggio rispetto alle grandi aziende che, ormai, si limitano a produrre e vendere. Le nostre imprese, infatti, curando direttamente anche i servizi post-vendita, hanno sempre quel "qualcosa in più" da fare.

Da circa due anni, purtroppo, il comparto, che in precedenza non aveva mai conosciuto crisi, sta rallentando, in linea con l'intera economia italiana, dall'automotive al manifatturiero. È preoccupante, perché, anche grazie al potente traino del Salone del Mobile. Milano nel corso dei decenni, il settore aveva sempre avuto successo nel mondo. Ora serve un cambio di passo per affrontare questa fase un po' complicata».

Gli Stati Uniti sono il primo mercato: i dazi fanno paura?

«Viviamo una situazione particolare. Prima di addentrarmi nella risposta, però, vorrei dire che, nel comparto del turismo, gli americani quest'anno hanno compensato, nelle località del Nord Italia, il calo di afflusso dalla Germania (i turisti tedeschi sono stati vittima della crisi economica del loro paese). Sul fronte dell'export l'ipotesi dei dazi crea apprensione anche perché non sappiamo ancora in quale percentuale saranno applicati. Detto ciò, i nostri prodotti sono di fascia alta, sinonimo di eccellenza: i nostri migliori artigiani, che sono da tempo orientati al mercato del lusso, troveranno sicuramente ancora acquirenti anche negli USA dove chi può spendere certamente non manca. Più che il timore di vendere meno, è lo spettro dell'incertezza a pesare, insieme ai costi di produzione che rischiano di esplodere».

Ci sono mercati che invece stanno crescendo?

«Per fortuna, sì. Turchia e Paesi Arabi, per esempio, grazie alla clientela alto-spendente si stanno affiancando a USA, Germania, Francia e Paesi

nordici. Noi italiani, quando le cose vanno bene, tendiamo a sederci e vivere di rendita. Per non restare spiazzati nei momenti di difficoltà, invece, dovremmo continuare a esplorare nuovi mercati, proseguendo nella valorizzazione del Made in Italy, il cui appeal è sempre straordinario. Non dobbiamo temere un calo in America, ma guardare dove la ricchezza sta crescendo.

Mi rifaccio ancora al turismo perché è lo specchio della possibilità di spendere di un popolo: ebbene, stiamo assistendo a un netto aumento di afflusso turistico dall'Argentina. Questo mercato, e il Sud America più in generale, è in crescita: se non possiamo più contare sugli sbocchi tradizionali, meglio guardare altrove».

La concorrenza extra-UE sta penalizzando l'export del legno-arredo?

«Un altro tema importante. Abbiamo investito molto sulle certificazioni del legno, rispettando regole severe, ma competiamo con Paesi extra-UE che non le seguono, portando sul mercato mobili di bassa qualità, realizzati con componenti scadenti, che vengono però preferiti per via del prezzo fina-



le. Lo stesso presidente Trump dovrebbe considerare queste dinamiche e non fare di tutta un fascio. Temiamo solo la concorrenza sleale, di chi spaccia compensato per noce o aggira le regole: fortunatamente, i nostri prodotti hanno un valore unico che ci protegge».

Guardiamo in casa nostra. Il Bonus Mobili è ancora efficace o servono nuovi strumenti di incentivazione?

«Il mercato interno è quello che ci preoccupa di più. È in calo e per le piccole imprese è un problema serio: se il mercato è fermo, infatti, non si fattura. Sul Bonus Mobili c'è troppa incertezza: la politica non chiarisce dove vuole portarci. Rischiamo un flop come per il Superbonus, modificato mille volte e utilizzato più che altro da chi non aveva problemi economici. Il governo deve dire chiaramente ai cittadini fino a che tetto è consentito detrarre: 5, 10, 20 mila euro? I contribuenti devono avere la certezza del beneficio promesso, senza che nessuno cambi le carte in tavola all'ultimo momento. L'incertezza intorno alla possibilità di poter godere di un beneficio alla fine blocca gli acquisti».



Ecosostenibilità e deforestazione zero: in che direzione stiamo andando?

«Le regole, spesso, sono state messe da chi in un primo momento voleva guadagnarci, ma poi ne è stato danneggiato. Guardo nuovamente le cose dal punto di vista del cittadino che è sempre più avanti di certe speculazioni. Se gli si dice che l'ambiente deve essere salvaguardato e gli si impone di cambiare l'auto passando all'elettrico, più costoso, ma poi mancano colonnine o energia veramente pulita (ottenuta da una fonte rinnovabile, non da nucleare o combustibili fossili, ndr), sicuramente si arrabbia e si tiene la vettura che aveva. Lo stesso vale per il legno.

Penso a una storia: due fratelli abitavano vicino a un fiume e si scaldavano gratuitamente durante l'inverno bruciando la legna che raccoglievano sulla riva. Un giorno, però, arrivò la forestale, li multò e loro smisero di raccogliere la legna. Sapete cosa accadde? Che al primo nubifragio il fiume straripò, facendo ingenti danni, a causa degli scarichi intasati dalla legna in eccesso non più raccolta dai due fratelli. Inconsapevolmente, i due, per anni, avevano fatto vera sostenibilità, tenendo pulita la riva di un fiume. Purtroppo, però, sono stati multati a causa di regole assurde. Io, figlio di contadini, dico: la sostenibilità vera è buonsenso, non quello che ci impongono dall'alto».



Marco Bellasio, presidente Legno Arredo di Confartigianato Imprese Como, nonostante il presente un po' complicato, guarda al futuro con fiducia

Mobile: tra i giovani torna il desiderio di imprenditoria



Marco Bellasio, presidente Legno Arredo di Confartigianato Imprese Como, guarda con fiducia al futuro, nonostante, negli ultimi due anni, il settore del mobile abbia segnato numeri in flessione. Dal suo osservatorio privilegiato, nel cuore del distretto del mobile lombardo, ricava una visione lucida e concreta del presente e del futuro del comparto: la forza dell'asse produttivo del nord-est, il mercato che è in continua trasformazione, la carenza di manodopera endemica (ma per la quale s'incomincia a intravedere un'inversione di tendenza), la ritrovata voglia dei giovani di fare l'imprenditore e il ruolo di traino per il settore del Salone del Mobile.

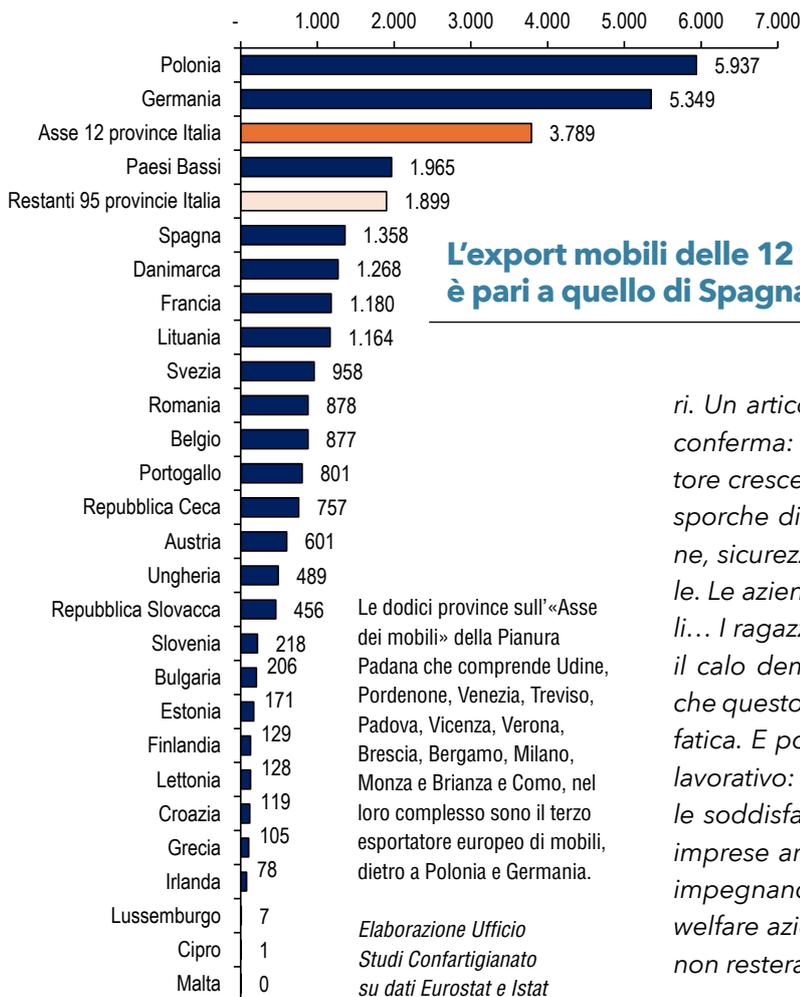
Per ripartire Bellasio punta sull'orgoglio del Made in Italy e sulla capacità delle imprese artigiane di adattarsi alle situazioni.

Le aziende delle 12 province della Pianura Padana - dalla Lombardia al Friuli-Venezia Giulia - producono quanto Spagna, Danimarca e Francia messe insieme: qual è il loro segreto?

«I distretti dalla Brianza al Triveneto sono il motore di questo mestiere. Non ci sono segreti, vincono la voglia di fare, una tradizione radicata e il fatto di essere la culla del Made in Italy. Abbiamo avuto la capacità di creare una rete integrata: la forza è quella di poter collaborare tra aziende dello stesso settore e con realtà complementari come quelle del metallo, del marmo o dei tessuti, racchiuse nel raggio di pochi chilometri. Io, per esempio, con i miei fratelli ho un'azienda di arredi su misura: non lavoriamo solo il legno, ma gestiamo il progetto a 360 gradi grazie alla presenza di specializzazioni uniche, fornitori a un passo, un ecosistema nato per fare arredamento. La vicinanza di Milano, con i suoi capitali e la passione per l'architettura d'interni, ha fatto il resto: ha attirato talenti e creato opportunità, come il Salone del Mobile, che ci rende il centro del mito».

Vi preoccupa di più la contrazione dell'export o quella del mercato interno?

«Il mercato interno è in calo da vent'anni, con qualche ripresa legata a fattori esterni: nel 2021-22, per esempio, la gente, chiusa in casa a causa del covid, ha cominciato a desiderare abitazioni più vivibili spingendo il nostro settore. Finita la pandemia si è tornati in flessione, complice anche il cambio di abitudini: una volta si acquistavano arredi di qualità, per esempio per la sala da pranzo, spinti dal desiderio di ricevere ospiti a casa; oggi si punta



sulla tecnologia preferendo l'acquisto di televisioni sempre più grandi, computer o smartphone e rivolgendosi, invece, alle grandi catene low-cost per gli arredi. I bonus edilizi? Aiutano, ma non bastano. L'export? Cambia di continuo: prima era la Russia, poi l'Arabia, ora tocca a India e Cina. Quello che mi spaventa davvero è cosa succede in America: gli USA sono un mercato di riferimento, e i dazi potrebbero complicare tutto. Noi artigiani non possiamo ignorare il mondo: la guerra in Ucraina o la crisi energetica ci colpiscono. Dobbiamo essere creativi, reattivi, e fare rete, perché da soli non si va lontano».

La carenza di manodopera specializzata è una sfida anche in Lombardia: perché mancano nuove leve in un settore d'eccellenza, simbolo di tradizione?

«Ci siamo raccontati male per anni. Ai miei tempi, a Cantù, i genitori spingevano i figli a studiare o a cercare un posto in banca, vedendo l'artigianato come un ripiego. Oggi le banche chiudono, il terziario perde colpi, e si torna a guardare ai mestie-

ri. Un articolo recente sul Quotidiano Nazionale lo conferma: i giovani riscoprono l'artigianato, e il settore cresce. Non siamo più i falegnami con le mani sporche di trucioli: oggi ci sono macchine moderne, sicurezza, uffici tecnici con intelligenza artificiale. Le aziende sono più strutturate, gli addetti stabili... I ragazzi, però, scarseggiano ancora, anche per il calo demografico. Dobbiamo attrarli mostrando che questo lavoro è tecnologia e creatività, non solo fatica. E poi c'è il tema della paga e dell'ambiente lavorativo: nel nostro settore si guadagna bene e le soddisfazioni non mancano. D'altra parte, molte imprese artigiane della filiera del mobile si stanno impegnando con investimenti importanti in ottica di welfare aziendale e qualità del lavoro. Questi sforzi non resteranno inascoltati a lungo».

Tra i giovani è tornata la voglia di fare l'imprenditore nel settore del legno?

«Sì, sta tornando. Secondo una rilevazione Ipsos, i ragazzi della Gen Z vedono nell'imprenditoria stabilità e progettualità: il 96% la considera un modo per essere indipendenti, il 94% un'opportunità di crescita. Vogliono lavori che li realizzino (90%) e siano un trampolino per il futuro (89%). L'artigianato del legno, con la sua tradizione e innovazione, risponde a queste ambizioni. È un segnale positivo, ma serve tempo per colmare i gap strutturali».

Presente e futuro del Salone del Mobile.Milano?

«Il Salone di quest'anno sarà decisivo. Anche per chi, come me, non partecipa direttamente, resta un appuntamento fondamentale: dà centralità al nostro mestiere e fa di Milano il fulcro dell'arredamento mondiale. Ha il compito di continuare a evolversi, ascoltare le imprese e stimolarle».

Per Bellasio il settore legno-arredo lombardo ha radici solide, un presente in evoluzione e un futuro d'eccellenza, a patto di sapersi raccontare e adattare. Un messaggio di ottimismo, ma con i piedi per terra.