

Arredo, primo semestre in calo, atteso un recupero per fine anno

Giovanna Mancini

Un mercato riflessivo, ma non fermo, su cui pesano gli effetti negativi dei conflitti in Ucraina e in Medio Oriente tassi di interesse ancora elevati, il rallentamento della Germania e l'attendismo che da sempre caratterizza gli Stati Uniti negli anni delle elezioni presidenziali. Tuttavia, un mercato in graduale ripresa, che a fine anno potrebbe chiudere in linea con il 2023, ben al di sopra dei livelli pre-Covid.

Tra cautela e ottimismo, sono queste le attese delle aziende del legno-arredo rilevate dal Monitor periodico di FederlegnoArredo su un campione significativo di imprese associate, che nel primo semestre di quest'anno stima una contrazione delle vendite del 5,2% rispetto allo stesso periodo 2023, con segno meno sia in Italia (-6%), sia all'estero (-4,1%). Una contrazione non indifferente, ma più contenuta rispetto al dato rilevato nei primi tre mesi dell'anno (-7,6%) e questo fa sperare che il ciclo negativo (successivo, va detto, a un biennio di forte crescita post-Covid) si stia esaurendo e possa lasciare spazio a un recupero nei prossimi mesi. Le previsioni per il 2024 espresse a luglio sono un po' più negative rispetto a quelle espresse lo scorso aprile, spiega la nota di FederlegnoArredo, e indicano una crescita dello 0,8% per la filiera, grazie soprattutto al buon andamento dell'export (+3,7%), che compenserebbe una lieve flessione sul mercato italiano (-1,3%), mentre all'inizio del secondo semestre le stime erano di un +1,5% finale. Più ottimiste le aziende dell'arredamento, che hanno contenuto il calo nei primi sei mesi (-3,7%) e si attendono un +1,4% a fine anno. Quelle del settore legno hanno invece registrato una diminuzione del 7,8% tra gennaio e giugno, con un calo più deciso sul fronte domestico (-9,6%), e si attendono una sostanziale tenuta a fine anno (+0,4%) rispetto al 2023, grazie all'aumento delle esportazioni (+6%). I dati Istat pubblicati ieri hanno registrato un -1,2% nella produzione di mobili a luglio (rispetto a luglio 2023) e un -4,4% tra gennaio e luglio. Per il legno, luglio registra un -10,9%, tra gennaio e luglio il calo è del 4,1%.

«Dopo un agosto difficile, settembre segna una ripartenza degli ordini – osserva Massimiliano Messina, presidente dell'azienda di mobili Flou, in Brianza –. Sappiamo che ottobre, novembre e dicembre sono i mesi in cui si gioca l'andamento dell'anno, quindi stiamo lavorando per la volata»».

Anche Andrea Sasso, ceo del gruppo Dexelance – che al proprio interno comprende 11 aziende dell'arredo – si dice fiducioso che la seconda parte dell'anno segnerà una ripresa, probabilmente più decisa sul fronte del contract, che nel primo semestre ha risentito dello slittamento di alcuni progetti. Anche il segmento

residenziale (cucine, arredo e luce), che è cresciuto bene nei primi sei mesi, dovrebbe mantenere le posizioni. «Mi sembra che gli ordini stiano crescendo bene – dice Sasso – quindi si conferma la previsione di un recupero nella seconda parte dell'anno. Sono ottimista per quanto riguarda le nostre aziende, pur in un mercato dell'arredo in sofferenza, soprattutto per quanto riguarda le vendite retail e in particolare in mercati come Francia e Germania, i principali acquirenti di mobili italiani».

Per Daniele Lago, presidente dell'azienda veneta Lago, il messaggio è di fiducia: «La premessa da fare è che dopo la pandemia abbiamo vissuto due anni di vendite straordinarie, quindi questo rallentamento era prevedibile. Non siamo preoccupati: nel primo semestre le vendite sono state stabili rispetto allo scorso anno, quindi su volumi molto importanti, e l'Italia ha performato molto bene, con un +20% a giugno. Inoltre, gli utenti digitali di agosto e settembre sono raddoppiati rispetto allo scorso anno e ci aspettiamo che tanti contatti si tradurranno in ordini nei prossimi mesi». Dopodiché, al di là dei trend di mercato, ci sono le azioni che le singole aziende mettono in campo: «Noi stiamo lavorando per accelerare il nostro sviluppo sui mercati esteri, che oggi rappresentano solo il 30% del fatturato, e proprio da questo fronte ci attendiamo delle belle sorprese nei prossimi mesi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA