In primo piano

Il design riparte dalle aziende: trend in crescita per l'arredamento

La fotografia del Centro studi di FederlegnoArredo alla vigilia del "supersalone", l'evento speciale del Salone del Mobile in programma dal 5 al 10 settembre nei padiglioni di Fiera Milano a Rho, mette in evidenza il trend in crescita di uno dei settori manifatturieri più importanti della nostra economia. La produzione complessiva si attesta a 39 miliardi di euro, di cui 15 miliardi di euro destinati all'export, oltre 300mila addetti e 71.500 imprese, con un saldo commerciale attivo di 7,6 miliardi di euro. Il macrosistema arredamento vale 21 miliardi di euro di cui 11 miliardi destinati all'export e 10 miliardi al mercato nazionale.

"Lo stato di buona salute del nostro settore, pur fra luci e ombre, – spiega Claudio Feltrin, presidente di FederlegnoArredo – è il risultato di un mix di fattori che hanno avuto proprio nella

ritrovata centralità della casa in periodo Covid, il motore propulsore. Questi dati sono anche la dimostrazione del valore della nostra filiera, della nostra manifattura e della innata capacità di esportare nel mondo. Un valore inestimabile che va ben al di là dei numeri e che non può fare a meno di una vetrina internazionale come il Salone del Mobile che, quest'anno, si concretizza in una formula innovativa e unica, pensata proprio per l'eccezionalità del periodo. Ora come Federazione dobbiamo essere concentrati nell'accompagnare e sostenere le nostre aziende nel processo di conversione verso la piena sostenibilità che sarà sinonimo di competitività e di sopravvivenza sul mercato. I nostri prossimi obiettivi per consolidare la crescita sono Manifesto Sostenibilità, rinnovata politica forestale, armonizzazione certificazioni europee".

Guardando al 2021 le previsioni delle imprese sono ancora condizionate dall'incertezza del contesto sanitario e dall'andamento della pandemia con la variante Delta. Altro elemento di incertezza e preoccupazione è la disponibilità delle materie prime e il loro prezzo. A questo si aggiunge la propensione all'acquisto delle famiglie che potrebbero tornare a guardare a settori quali turismo e abbigliamento a discapito della casa. L'andamento generale appare ad oggi comunque positivo, in particolare per il mercato italiano, che sta assumendo, grazie anche alla spinta degli incentivi fiscali, un ruolo di maggior rilievo rispetto agli

ultimi anni. Per la maggior parte delle imprese il 2021 dovrebbe chiudersi meglio del 2020.