

Il business più vitale cresce fuori dall'Europa

L'ANALISI

Opportunità strategiche oltreoceano

di **Marco Fortis**
e **Manuela Mazzoni**

Il settore del mobile si è confermato anche nel 2013 tra le punte di diamante del made in Italy. Pur con ritmi di crescita non elevati e restando ancora lontano dal massimo storico toccato nel 2007 (pari a 9,6 miliardi di euro), dal 2009 l'export italiano di mobili è in costante ripresa e nel 2013 ha raggiunto gli 8,4 miliardi (+2,3% rispetto al 2012).

Sempre nel 2013 - secondo elaborazioni della Fondazione **Edison** su dati Istat - il saldo commerciale attivo del settore è stato di 6,8 miliardi, con un incremento tendenziale del 3,4 per cento. La dinamica verso i principali mercati di sbocco è stata alquanto differenziata, sia con riferimento ai livelli pre-crisi sia come andamento di breve termine, cioè raffrontando il 2013 con il 2012. È stata cedente o debole verso i Paesi Ue, più dinamica e promettente verso quelli extra Ue. Francia e Germania, che rappresentano rispettivamente il primo e il secondo mercato di sbocco per i mobili italiani, hanno subito nel 2013 una flessione rispettivamente del 3,5% e dell'1,9%, rispetto al 2012.

In confronto con il 2008, preso come anno pre-crisi di riferimento, la flessione è ancora più accentuata (-5,9% e -3,4 per cento). Stesso discorso, ma molto più marcato, per la Spagna, verso cui l'export di mobili è calato del 2,1% rispetto al 2012 e si è praticamente dimezzato sul 2008, nonché per il Belgio (-7,8% in confronto al 2012 e -18,7% al 2008). Verso Regno Unito, Russia ed Emirati Arabi Uniti, rispettivamente

terzo, quarto e decimo mercato per il mobile made in Italy, le vendite nel 2013 sono apparse in netta ripresa, pur non avendo ancora recuperato i livelli del 2008, e hanno registrato incrementi importanti (nell'ordine: +2,6%; +6,7% e +11 per cento). Le note più positive però sono venute da Stati Uniti, Svizzera e Cina, Paesi verso i quali nel 2013 l'export italiano di mobili è fortemente cresciuto sul 2012 (+12,2%; +10,2%; +18,5% rispettivamente), superando anche i valori del 2008.

L'industria italiana del mobile ha, dunque, mostrato una significativa capacità di reazione di fronte alla grave crisi dell'edilizia a livello mondiale e al clima di austerità che "soffoca" l'Europa, recuperando su alcuni mercati importanti.

Non solo. Per compensare la debole domanda europea, i nostri esportatori hanno puntato con grande determinazione su alcuni mercati emergenti dove hanno raccolto risultati importanti.

L'export dei diversi comparti del mobile verso Paesi Arabi e nuovi mercati minori mostra nel 2013 grande vitalità, specie in confronto con le vendite 2008. Rispetto al 2012, l'export italiano di mobili è risultato particolarmente in espansione verso alcuni Paesi del Medioriente quali Arabia Saudita (undicesimo mercato, +20%), Israele (+30,5%) e Qatar (23,1%); inoltre, buone performance tendenziali delle vendite anche verso Turchia (sedicesimo mercato, +46%), Azerbaijan (+33,7%), Messico (+18,6%) e Nigeria (+28,8 per cento). Analizziamo ora l'andamento dell'export nei singoli comparti, con particolare riferimento ai nuovi mercati.

Per avere un'idea delle evoluzioni commerciali più significative rispetto ai livelli di export pre-crisi occorre concentrarsi sulla dinamica di medio-lungo periodo tra 2008 e

2013. Nel comparto delle sedie e sedili le esportazioni italiane 2008-2013 hanno messo a segno significativi incrementi delle vendite in Israele (+149%, oggi al dodicesimo posto tra i nostri principali mercati di sbocco di questa categoria), Cina (+279%, quattordicesimo), Arabia Saudita (+179%, diciassettesimo) e Qatar (+238%, diciottesimo). Questi aumenti si sono rivelati importanti per controbilanciare parzialmente i cali dell'export nello stesso periodo verso quasi tutti i mercati tradizionali quali Germania (-2,2%), Usa (-10,2%) e Regno Unito (-19,5 per cento).

Stesso discorso per le poltrone e i divani, che hanno trovato un po' di ossigeno nella forte crescita delle vendite in Cina (+169%), Giappone (+85%), Corea (+10%), Arabia Saudita (+60%), Hong Kong (119%), Taiwan (79%) e Libano (+335%), a fronte di riduzioni a due cifre verso tutti i principali mercati comunitari (tra cui Francia -17%; Regno Unito -36%; Germania -23 per cento). Per parti e accessori mobili, nel raffronto 2008-2013 spiccano i forti incrementi dell'export verso Cina (dodicesimo nostro mercato, +313%), Emirati Arabi Uniti (quattordicesimo, +25,5%), Turchia (quindicesimo, +96,3%), Arabia Saudita (+171%) e Israele (+98%). Nello stesso periodo hanno "tenuto" le vendite verso Germania, Francia e Usa, rispettivamente primo, terzo e quarto mercato di sbocco del comparto, mentre sono calate quelle in altri importanti Paesi come Regno Unito, Russia e Spagna. Nei mobili per arredo domestico, spiccano gli incrementi dell'export tra il 2008 e il 2013 verso Arabia Saudita (undicesimo nostro mercato, +78%), Qatar (quindicesimo, +333%), Azerbaijan (+284%), Turchia (+40,9%) e Israele (+60 per cento). Nello stesso periodo Russia, Francia e Germania, i primi tre Paesi di destinazione dell'export del comparto, hanno però mostrato flessioni a due cifre. I mobili per cucina hanno evidenziato tra 2008 e 2013 consistenti aumenti del nostro export verso Cina (+199%), India (+33%), Libia (+65%), Azerbaijan (+129%), Israele (+74%) e Hong Kong (+302%). Sono cresciuti anche il mercato francese, tedesco e svizzero (rispettivamente al primo, terzo e quarto posto per valore del nostro export), mentre è in calo quello russo (nostro secondo mercato in questa categoria di prodotti).