



**AREA STUDI MEDIOBANCA:  
OSSERVATORIO SULLE IMPRESE DEI COMPARTI  
ARREDO E ILLUMINAZIONE**

**NEL 2023 FATTURATI IN FLESSIONE DEL 2,8% (-3,5% OLTRECONFINE),  
MA L'ALTA GAMMA CONTINUA A CRESCERE**

**ASPETTATIVE 2024: RITORNO ALLA CRESCITA DELLE VENDITE (+5%)**

**CEO AGENDA: RICERCA DI PERSONALE QUALIFICATO,  
SICUREZZA SUL LAVORO, RISCHI AMBIENTALI E INFORMATICI**

Milano, 15 aprile 2024

L'**Area Studi Mediobanca** presenta i risultati dell'Osservatorio sulle imprese operanti nel sistema dell'arredo-illuminazione italiano alle quali, tra il 10 marzo e l'11 aprile 2024, è stato somministrato un questionario richiedente informazioni di tipo congiunturale, previsionale e strutturale.

Il panel delle aziende oggetto di questo approfondimento si compone di circa **330 imprese attive nei comparti del mobilio e dell'illuminazione, con fatturato 2022 superiore ai 10 milioni di euro**, le cui vendite pesano per il 60% dell'intero sistema.

Il tasso di risposta è stato pari al 18%. La presentazione dei risultati è disponibile per il download sul sito [www.areastudimediobanca.com](http://www.areastudimediobanca.com)

\*\*\*\*\*

**FATTURATI E MARGINI INDUSTRIALI IN CONTRAZIONE NEL 2023...**

Dopo le variazioni molto positive degli ultimi anni, le imprese dell'arredo e illuminazione monitorate dall'Area Studi Mediobanca chiudono **il 2023 con un fatturato totale in calo del 2,8% sul 2022**. Le tensioni geopolitiche hanno contribuito alla diminuzione delle esportazioni (-3,5%), mentre le vendite nazionali hanno chiuso con una variazione negativa pari all'1,7%.

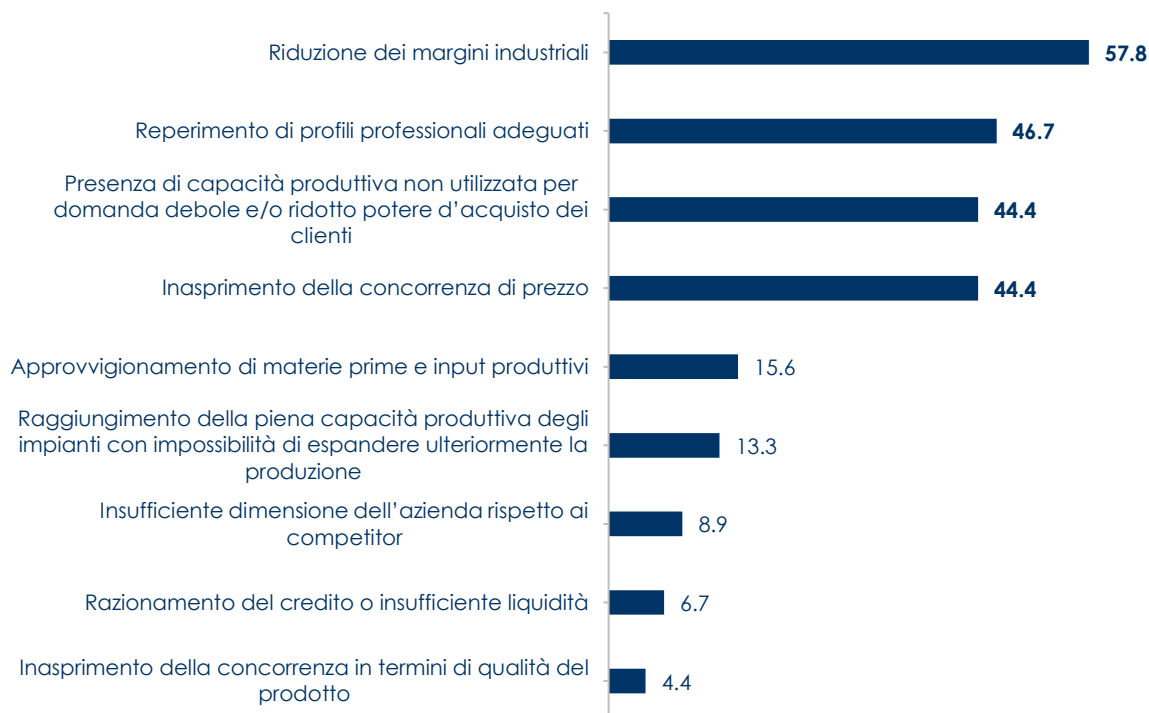
Tra le principali difficoltà riscontrate nel 2023, **la riduzione dei margini industriali viene segnalata dal 57,8% delle aziende**. Inoltre, per il **46,7% di esse è risultato problematico reperire profili professionali adeguati**.

Il **44,4%** delle imprese segnala inoltre di non aver potuto utilizzare pienamente la propria capacità produttiva a causa del **ridotto potere d'acquisto** della clientela e a una **domanda debole**; la medesima percentuale lamenta l'**inasprimento della concorrenza di prezzo**.

**Non preoccupa**, invece, **la competizione sulla qualità** (4,4%) che resta appannaggio dei nostri produttori.



### Principali difficoltà segnalate dalle aziende; in % delle rispondenti (\*)



(\*) Possibili risposte multiple.

### ...MA IL COMPARTO PREVEDE UN RECUPERO PER IL 2024

Le aspettative per il 2024 sono cautamente ottimiste: **il 58% delle imprese prevede un incremento del fatturato**, il 21% si attende di rimanere sui livelli del 2023 e il residuo 21% prospetta un calo delle vendite.

Ancora più fiducia sulle vendite oltreconfine dove **il 65% delle intervistate prevede di poter chiudere il 2024 con una variazione positiva**, il 14% di mantenerle stabili e il 21% di ridurle.

In generale, **l'incremento medio delle vendite totali** previsto per l'anno prossimo dovrebbe essere pari a circa il **5%**, a meno di nuove tensioni del contesto geopolitico.

### L'ALTA GAMMA NON ARRESTA LA CRESCITA

**Gli operatori di alta gamma** chiudono il 2023 con **vendite in incremento del 3,4%** (+0,7% verso l'estero), confermando lo stato di salute di questo segmento che negli ultimi anni è stato capace di rafforzare la propria posizione anche in momenti complessi.

**I produttori di fascia alta sono anche più fiduciosi circa il 2024** rispetto alle aziende appartenenti al mass-market e prospettano, nel 68% dei casi, un incremento delle vendite che si confronta con il 48% delle altre imprese.

**Ottimismo anche per le vendite oltreconfine**, previste in crescita dal 68% delle imprese high end (61% gli operatori dei segmenti delle fasce inferiori).



## L' INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA ARREDO-LUCE ITALIANO

Solo il **10% delle imprese intervistate possiede siti produttivi all'estero** e si tratta, in prevalenza, di operatori del segmento di alta fascia.

La decisione di insediare uno stabilimento oltreconfine è stata dettata sia dalla **disponibilità di manodopera** che di **materie prime** a minor costo (entrambe le opzioni sono dichiarate dall'80% delle aziende); per il 40% delle imprese, inoltre, il vantaggio sta anche nella **vicinanza ai mercati di approvvigionamento**.

Per contro, il 60% delle aziende lamenta **difficoltà nell'assunzione di personale manageriale affidabile in loco** e il 40% accusa il peso dell'**eccessiva burocrazia**, della **distanza culturale** con il Paese ospitante e **ostacoli nel reperimento di risorse finanziarie**.

Gli operatori del settore arredo e illuminazione **esportano il 55% del proprio fatturato**. Le prime tre aree per destinazione dei prodotti sono l'**Unione Europea a 27** (89,4% delle rispondenti), l'**America del Nord** (57,4%) e il **Regno Unito** (48,9%).

Il principale canale di distribuzione utilizzato per vendere all'estero è rappresentato dai **reseller finali specializzati** (34%) seguito dalla **rete di vendita proprietaria** e da **intermediari importatori multimarca** (entrambi 31,9%).

## UN PUNTO SULLA PERCEZIONE DEI RISCHI

Il 74,5% delle imprese del sistema arredo e illuminazione attribuisce un'alta rilevanza al **cyber risk**; seguono le preoccupazioni circa la **complessità del quadro normativo e legale** (73,9%) e quelle dovute alla difficoltà nel **reperire e trattenere le competenze professionali** lamentate dal 65,2% delle imprese.

L'**instabilità geopolitica e macroeconomica** dei mercati di sbocco o approvvigionamento allarma il 64,4% degli operatori, mentre il 61,7% attribuisce rilevanza ai rischi da infortuni ritenendo fondamentale la **sicurezza sul lavoro**.

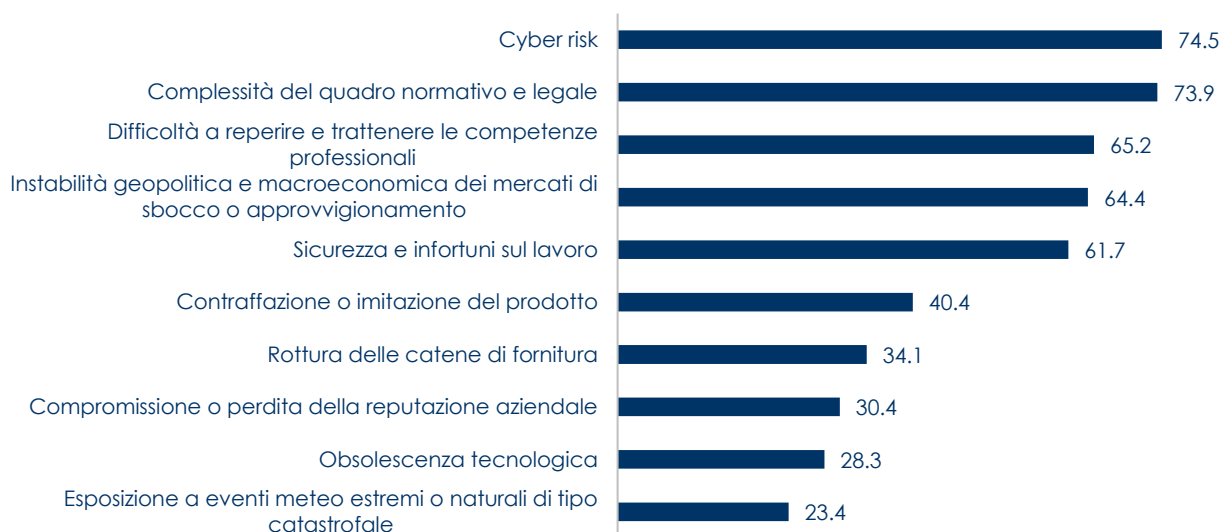
Il **rischio da eventi meteo naturali di tipo catastrofe** viene meno avvertito dalle aziende: solo il 23,4% gli attribuisce un'alta rilevanza. Tuttavia, nell'ultimo anno, il 52,8% delle aziende dell'arredo e illuminazione ha subito danni legati proprio a questa tipologia di rischio.

Il 41,7% delle imprese ha, inoltre, registrato **difficoltà nel reperire e trattenere le competenze professionali** e il 33,3% danni relativi a problematiche di **sicurezza sul lavoro**.

Benché percepiti tra i principali rischi, e previsti in aumento dal 76,6% delle imprese intervistate, nell'ultimo anno **gli incidenti legati al cyber risk** hanno riguardato solo l'8,3% di esse.



**Graduatoria dei rischi in base alla rilevanza attribuita dalle aziende; in % delle rispondenti (\*)**

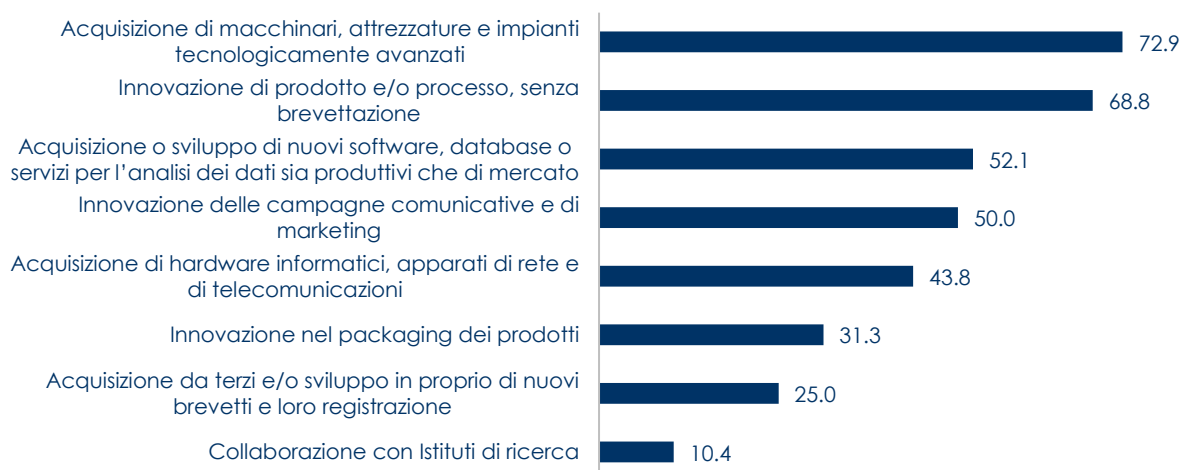


(\*) Possibili risposte multiple.

## INVESTIMENTI IN INNOVAZIONE E TECNOLOGIA

Tra i **principali investimenti in innovazione**, il 72,9% delle aziende dichiara quelli **in macchinari, attrezzature e impianti tecnologicamente avanzati**. Il 68,8% ha operato innovazioni di prodotto e/o di processo, senza brevettazione, il 52,1% si è occupato dello sviluppo di nuovi software e il 50% di innovare le proprie campagne comunicative e di marketing.

**Principali investimenti innovativi dal 2021 ad oggi; in % delle rispondenti (\*)**



(\*) Possibili risposte multiple.

Per innovare, tuttavia, le imprese incontrano molte difficoltà: il 56,7% di esse **ritiene che la mancanza di personale competente sia il principale ostacolo** confermando le criticità dovute alla carenza di profili professionali adeguati. Il 53,3% sostiene, inoltre, che gli investimenti in attività innovative comportino costi troppo elevati e dall'esito incerto.



La classifica dei principali investimenti in tecnologia dal 2021 ad oggi vede al primo posto quelli in **digitalizzazione dei processi** (83,3%); seguono quelli in sistemi gestionali avanzati (58,3%) e per l'ottimizzazione del magazzino e della logistica (52,1%).

Il 50% ha investito in **cybersecurity** e lo ha fatto con successo vista la bassa percentuale di attacchi dichiarati dalle imprese.

In ottica di rafforzamento e trattenimento delle competenze professionali, il 31,3% delle imprese ha provveduto al **potenziamento di soluzioni tecnologiche a beneficio del personale** (ad esempio per facilitare lo smart working oppure per l'e-learning).

Una prima analisi relativa al livello di digitalizzazione degli operatori del comparto si può ottenere applicando il sistema di rating proprietario sviluppato da Mediobanca Research e Google per misurare la **maturità digitale** delle aziende di media dimensione (1). Il 44% delle imprese dell'arredo-luce appartenenti al campione analizzato risulta composto da **esordienti**, in una fase ancora iniziale del processo di digitalizzazione e il **50% da sperimentatrici**, ossia con una visione digitale delineata, ma che potrebbero sfruttare meglio le opportunità offerte dalla tecnologia. **Solo il 6% è composto da aziende innovatrici**, con una solida infrastruttura digitale, processi organizzativi innovativi e una forza lavoro digitalmente qualificata.

## ARREDO-ILLUMINAZIONE E ALCUNE TEMATICHE ESG

La **presenza femminile** nel settore si ragguaglia al 26,2% della forza lavoro. Il 58% delle aziende non ha registrato negli ultimi anni un aumento dell'età media dei propri occupati, ma - nonostante questo - solo il 16,8% di essi ha **un'età inferiore ai 30 anni**.

Come noto, negli ultimi anni, l'Unione Europea ha rafforzato il percorso intrapreso verso un modello di sviluppo economico e sociale sostenibile. Le più recenti evoluzioni legislative che è utile menzionare in questo contesto sono la Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), che sostituirà la Direttiva sulla rendicontazione non finanziaria (Non-Financial Reporting Directive - NFRD), e la tassonomia europea delle attività economiche ecosostenibili. La CSRD richiederà a un numero sempre più ampio di imprese europee di divulgare informazioni su rischi e impatti relativi ai temi di sostenibilità. Ad oggi, **solo il 37,5% delle imprese del comparto arredo-luce intervistate ha già redatto la c.d. Dichiarazione non finanziaria**.

Tra le cause della mancata redazione si segnalano la **difficoltà a coinvolgere le funzioni aziendali rilevanti** combinata con la **carenza di competenze specifiche**, la **complessità del processo di validazione o consuntivazione** e le complicazioni nella compilazione dovute a **mancanza di informazioni** (20% per ciascuno dei profili indicati).

### Media Relations

Tel. +39-02-8829 914/766

[media.relations@mediobanca.com](mailto:media.relations@mediobanca.com)

---

(1) Indagine campionaria sulle medie imprese a cura di Mediobanca Research in collaborazione con Google.