



INDAGINE SULLE IMPRESE DEL SISTEMA ARREDO-ILLUMINAZIONE IN ITALIA

Nel 2024 fatturati in lieve aumento (+0,7%)
ed esportazioni in leggero calo (-0,9%)

Aspettative 2025: incerte, ma cautamente ottimiste (+2,5%)

8 imprese su 10 hanno in agenda lo sviluppo delle tematiche ESG con particolare attenzione all'ambiente, ma il cammino verso il Net-Zero è ancora lungo

Milano, 3 aprile 2025

In occasione della 63ª edizione del Salone del Mobile, l'**Area Studi Mediobanca** presenta i risultati dell'indagine sulle imprese operanti nel sistema dell'arredo-illuminazione italiano alle quali, tra il 5 e il 21 marzo 2025, è stato somministrato un questionario per la raccolta di informazioni di tipo congiunturale, previsionale e strutturale.

Il panel delle aziende oggetto di questo approfondimento si compone di circa **490 imprese attive nei comparti del mobilio e dell'illuminazione, con fatturato 2023 superiore ai 10 milioni di euro**, le cui vendite pesano per oltre il 60% dell'intero sistema italiano.

Le rispondenti rappresentano il 30% del fatturato delle imprese osservate. La presentazione dei risultati è disponibile per il download sul sito www.areastudimediobanca.com.

Luci e ombre per gli operatori del sistema arredo-illuminazione

Le imprese del sistema arredo-illuminazione monitorate dall'Area Studi Mediobanca dichiarano di aver chiuso **il 2024 con un fatturato totale in lieve aumento sul 2023 (+0,7%)**. Per contro, le tensioni geopolitiche e le contrazioni registrate sui principali mercati di destinazione (Francia, Germania, Regno Unito e Cina) hanno contribuito alla **diminuzione, seppur contenuta, delle esportazioni (-0,9%)**.

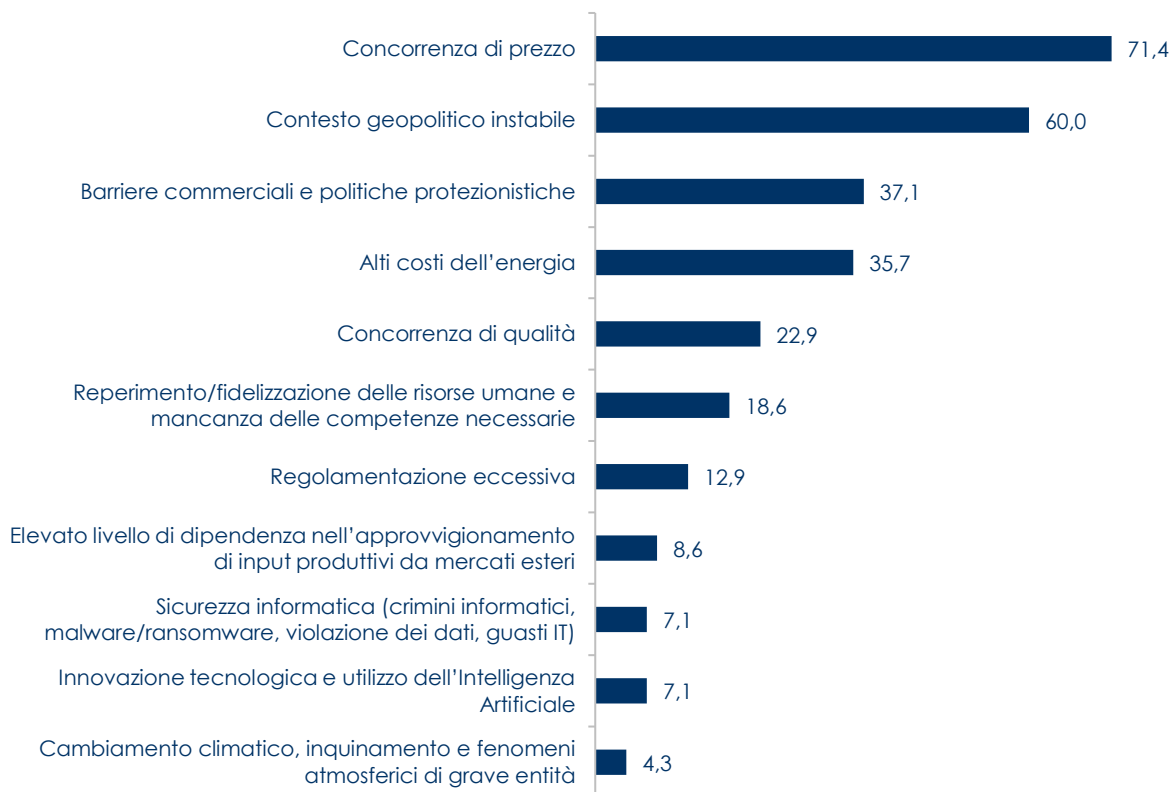
È opportuno segnalare differenze nelle performance a seconda di dimensione, gamma e localizzazione. **Gli operatori con fatturato superiore ai 100 milioni di euro hanno infatti messo a segno un maggior incremento delle vendite totali rispetto alla media (+2,4%)**, sovraperformando specialmente sui mercati esteri (+4,3%), mentre quelle con vendite inferiori ai 100 milioni hanno sofferto (-1%), soprattutto oltreconfine (-6,2%). Con riferimento alle esportazioni, **le imprese "distrettuali" si sono distinte sui mercati esteri (+1,3%)** dove le "non distrettuali" hanno registrato un calo significativo (-6,8%). **Le aziende dell'alta gamma hanno dichiarato un rallentamento oltreconfine (-2,2%)** a fronte di una sostanziale tenuta di quelle operanti nel mass-market (-0,4%).

Moderato ottimismo per il 2025, nonostante il contesto sfidante

Il 75% delle aziende prevede un aumento del fatturato totale e delle esportazioni nel 2025. **La crescita stimata è pari al +2,5% circa.**

Tuttavia, le previsioni sono condizionate dalle sfide di uno scenario internazionale e locale in continua evoluzione. Una delle principali preoccupazioni è rappresentata dall'**inasprimento della concorrenza di prezzo dichiarata dal 71,4% delle imprese**. La competizione sulla qualità, sebbene meno sentita, preoccupa comunque il 22,9% degli operatori. Il **contesto geopolitico instabile è fonte di apprensione per il 60% delle aziende** del settore. Inoltre, **il 37,1% teme le ripercussioni derivanti dall'agenda protezionistica della nuova amministrazione americana**, che potrebbe favorire l'ingresso di prodotti cinesi in Europa e portare a potenziali problemi di concorrenza sleale. Il caro energia rappresenta un ulteriore ostacolo per il 35,7% delle imprese.

Principali sfide attuali segnalate dalle aziende; in % delle rispondenti (*)



(*) Possibili risposte multiple.

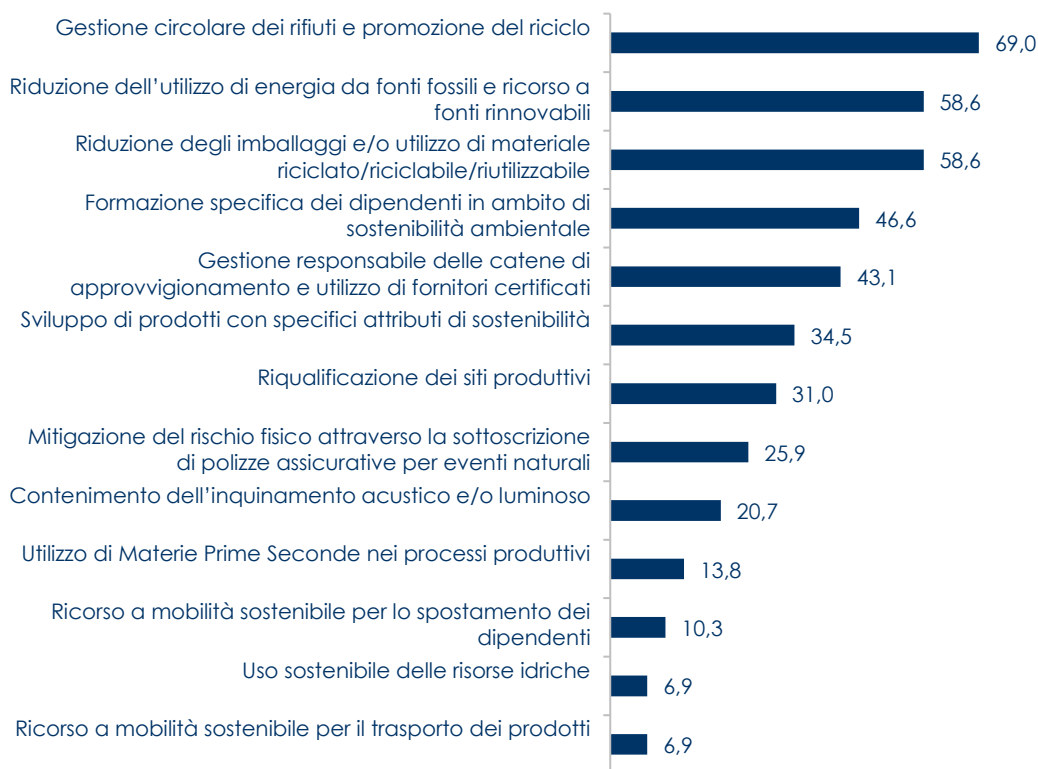
Per fronteggiare queste criticità, **il 74,3% delle imprese** del sistema arredo-illuminazione monitorate nell'indagine **ritiene opportuno espandere il proprio business in nuovi mercati**, mentre **il 68,6% degli operatori è impegnato nello sviluppo di nuovi prodotti e/o servizi**. Prosegue anche il cammino verso la Duplice Transizione con **un incremento degli investimenti in tecnologia e nel green (dichiarati rispettivamente dal 55,7% e dal 31,4% delle imprese)**.

Il rafforzamento patrimoniale mediante ricapitalizzazione della proprietà o apertura del capitale a terzi rappresenta, invece, un'opzione di crescita ritenuta poco praticabile. L'autofinanziamento rimane la principale fonte di finanziamento per il 78,6% degli operatori. In ogni caso, **per quasi il 60% delle imprese l'accesso al credito**, bancario e non, **non rappresenta un problema**.

Sostenibilità: un impegno concreto

Il 79,5% delle aziende ha avviato un'attività di sensibilizzazione sulle tematiche ESG, con un focus particolare sulle tematiche green dove emergono gli impegni per la **gestione responsabile dei rifiuti (69%)**, la **riduzione di fonti fossili e di imballaggi e il contestuale ricorso alle rinnovabili e al materiale riciclato/riciclabile/riutilizzabile (58,6%)**. Significativo lo sforzo per la **riduzione della produzione di rifiuti pericolosi che, tra il 2023 e il 2024, è stata abbattuta del 10% circa**. Quasi la metà degli operatori del sistema arredo-illuminazione promuove inoltre attività di formazione specifica sulla sostenibilità ambientale a favore delle proprie maestranze e 4 imprese su 10 pongono in essere una gestione responsabile delle catene di approvvigionamento.

Principali iniziative di sostenibilità ambientale; in % delle rispondenti (*)



(*) Possibili risposte multiple.

Le aziende sono motivate a sviluppare un approccio etico e sostenibile al business anche per migliorare la loro reputazione e conformarsi alle normative ambientali (entrambi 66,1%). Per il 57,1% delle imprese, l'integrazione dei criteri di sostenibilità socio-ambientale è sostenuta dalla visione dell'imprenditore e/o del top management.

La responsabilità delle tematiche ESG è generalmente affidata al Direttore Generale (27,9% delle imprese) o a un manager con funzioni non specifiche sul tema (24,6%), mentre il 19,7% si affida a un manager specializzato in questa materia.

I progetti ESG sono prevalentemente autofinanziati (89,3% delle aziende); il 21,4% ha utilizzato fondi statali o regionali, mentre il 17,9% ha ottenuto linee di credito a condizioni agevolate per progetti sostenibili.

L'implementazione di una strategia ESG risulta tuttavia ancora complessa a causa delle **difficoltà burocratiche lamentate dal 41,7% degli operatori** e della carenza di risorse umane con competenze green (33,3%).

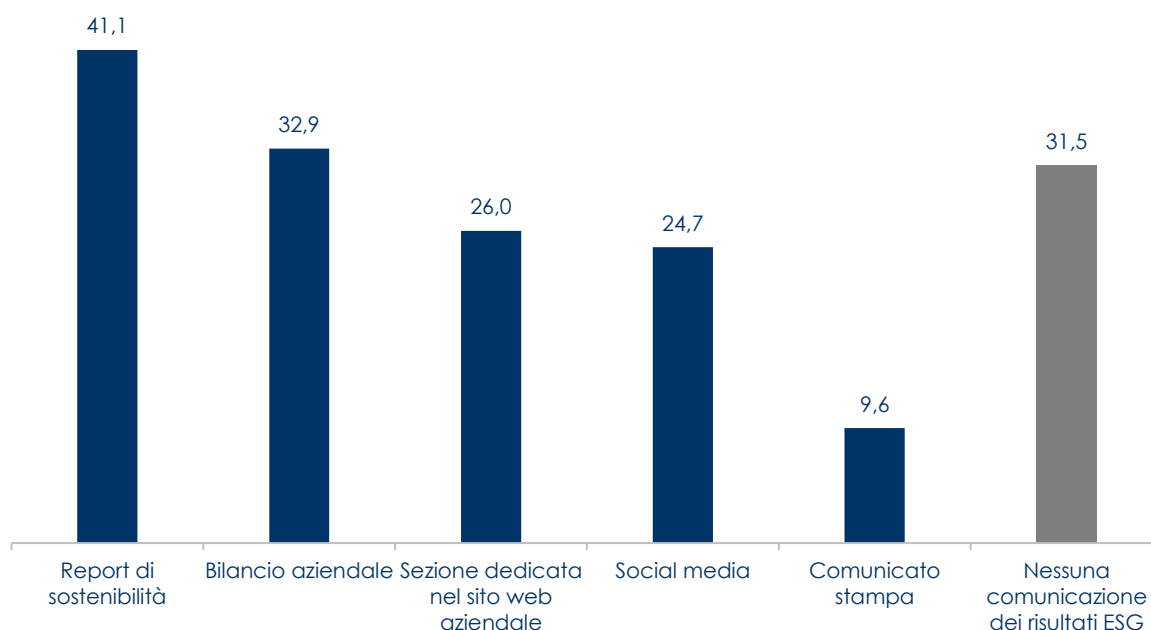
Quanto alle politiche DE&I (Diversity, Equity, Inclusion) si segnala che **la presenza femminile nel settore si attesta al 25% della forza lavoro**. I Consigli di Amministrazione sono mediamente composti da 3 membri (di cui il 20% è rappresentato da donne). Scarsa anche la presenza di risorse under 30 (15% del totale degli occupati).

1 azienda su 3 preferisce non dare visibilità alle attività ESG attivate

Quasi la metà delle imprese si è sottoposta a valutazione delle performance di sostenibilità mediante assegnazione di rating e/o scoring ESG.

In generale lo strumento più utilizzato per la comunicazione delle strategie ESG è il Report di sostenibilità (41,1%), seguito dal bilancio aziendale (32,9%). Tuttavia, **un terzo delle imprese preferisce non dare visibilità alle iniziative sostenibili attivate (hushing)**.

Principali canali di comunicazione dei risultati ESG; in % delle rispondenti (*)

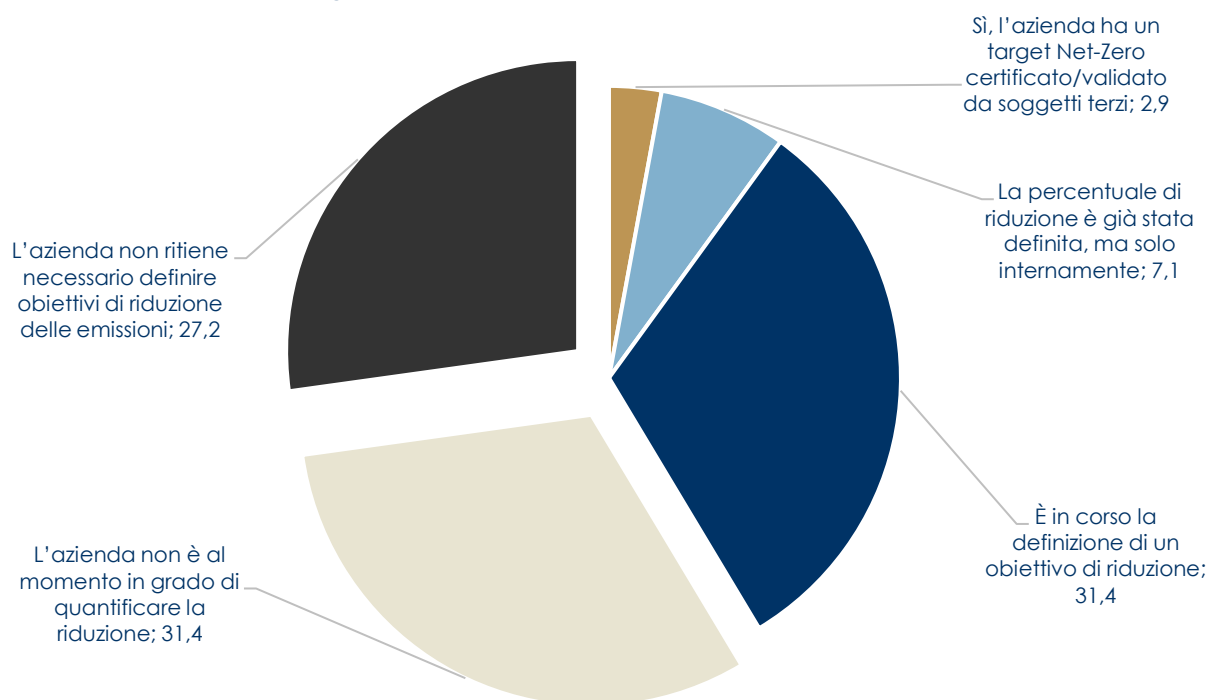


(*) Possibili risposte multiple.

Il Net-Zero è ancora lontano

Anche le imprese del sistema arredo-illuminazione sono chiamate a raggiungere la neutralità carbonica per contrastare il cambiamento climatico entro il 2050. Attualmente, il 41,4% delle imprese è già impegnato nella definizione dei propri obiettivi di riduzione delle emissioni: il 31,4% è in itinere, il 7,1% vi ha già provveduto solo internamente e il 2,9% ha anche ottenuto la validazione da terzi. Tuttavia, il 31,4% delle aziende non è ancora in grado di quantificare tali obiettivi e il 27,2% non ritiene al momento necessario impegnarsi in questa attività.

Definizione degli obiettivi di riduzione delle emissioni; in % delle rispondenti



Per quanto riguarda la possibilità di raggiungere le "Emissioni Zero" entro il 2050, il 50,8% delle aziende si dichiara ottimista, mentre il 49,2% non è ancora al momento fiducioso.

Media Relations

Tel. +39-02-8829 914/766

media.relations@mediobanca.com