

CSIL Milano
15 Corso Monforte
20122 Milano
Italia
Tel. +39 02 796630
Fax +39 02 780703

RAPPORTO DI PREVISIONE SUL SETTORE DEL MOBILE IN ITALIA NEL 2006

Novembre 2005

R.2025

Tutte le ricerche Csil sono acquistabili e scaricabili dai siti web:
<http://www.csilmilano.it>, <http://www.csilmilano.com>, <http://www.worldfurnitureonline.com>
Per ulteriori informazioni: colautti@csilmilano.com

Rapporto di previsione sul settore del mobile in Italia nel 2006

Gruppo di lavoro Csil:

Supervisione scientifica:

Massimo Florio

Coordinamento del progetto "World Furniture Outlook":

Ugo Finzi

Coordinamento delle Ricerche Ad Hoc:

Aurelio Volpe

Coordinamento delle Ricerche Trend:

Chiara Stella Pugliese

Coordinamento del Rapporto di Previsione:

Sara Colautti

Modello econometrico:

Emanuele Bacchiocchi

Elaborazione dei dati statistici:

Michela Amico

Editor:

Paola Govoni

Dtp:

Paola Mengoni

© Copyright 2005

Csil srl

15 Corso Monforte

20122 Milano - Italia

Questo studio è ceduto in visione e in copia unica per esclusiva lettura del nominativo indicato dal cliente. E' escluso esplicitamente il diritto di riproduzione con ogni mezzo, nel rispetto delle norme che regolano la proprietà e il trasferimento delle opere dell'ingegno in particolare: artt. 2575, 2576, 2579, 2580, 2581, 2582, 2583 del codice civile e loro variazioni, oltre alle eventuali norme civili e penali relative all'utilizzo non autorizzato di opere intellettuali, testi e informazioni.

Con l'acquisto Lei si impegna a non violare le norme vigenti in materia al momento della consegna dello studio.

Il Centro Studi Industria Leggera si riserva ogni azione legale in sede civile e penale per la riproduzione non autorizzata in qualunque forma del Rapporto o singole parti di esso, compresi grafici e tabelle.

Eventuali copie aggiuntive per esclusivo uso interno potranno essere ordinate a Csil.

INDICE DEL RAPPORTO

PRESENTAZIONE.....	1
1. SINTESI DELLE PREVISIONI.....	2
1.1 L'INDUSTRIA DEL MOBILE IN ITALIA NEL 2006	2
<i>Produzione.....</i>	2
<i>Consumo interno.....</i>	3
<i>Commercio con l'estero</i>	3
<i>Prezzi</i>	4
<i>Tendenze dei comparti produttivi</i>	4
1.2 SCENARIO.....	5
1.2.1 L'economia mondiale.....	5
1.2.2 L'economia italiana	9
PARTE I LE PREVISIONI SUL SETTORE DEL MOBILE NEL 2006-2007.....	14
2. LE PREVISIONI SUL SETTORE DEL MOBILE NEL 2006-2007	15
INTRODUZIONE.....	15
2.1 PRODUZIONE.....	17
2.2 CONSUMO INTERNO	19
2.3 COMMERCIO ESTERO	24
<i>Le esportazioni.....</i>	24
<i>Andamento delle quote di mercato e principali competitori.....</i>	33
<i>Le importazioni</i>	37
2.4 PREZZI	41
2.5 I PREZZI DELLE MATERIE PRIME	44
2.6 LA CINA, UN MERCATO OLTRE CHE UN COMPETITOR.....	45
PARTE II LE TENDENZE NEI COMPARTI PRODUTTIVI NEL 1999-2006	50
3. LE TENDENZE NEI COMPARTI PRODUTTIVI NEL 1999-2006.....	51
INTRODUZIONE.....	51
3.1 UNO SGUARDO D'INSIEME	52
3.2 MOBILI PER LA CUCINA.....	56
3.2.1 <i>Produzione.....</i>	56

3.2.2 Consumo.....	59
3.2.3 Interscambio commerciale.....	60
3.2.4 Prezzi.....	64
3.3 MOBILI IMBOTTITI	66
3.3.1 Produzione.....	66
3.3.2 Consumo.....	69
3.3.3 Interscambio commerciale.....	70
3.3.4 Prezzi.....	75
3.4 MOBILI PER LA CASA	78
3.4.1 Produzione.....	78
3.4.2 Consumo.....	80
3.4.3 Interscambio commerciale.....	81
3.4.4 Prezzi.....	87
3.5 MOBILI PER L'UFFICIO	89
3.5.1 Produzione.....	89
3.5.2 Consumo.....	91
3.5.3 Interscambio commerciale.....	93
3.5.4 Prezzi.....	98

INDICE DEI GRAFICI E TABELLE

Tab. 1.1	Previsioni settore del mobile. Variazioni annue percentuali. Dati a prezzi costanti, 2003-2007.....	2
Tab. 1.2	Evoluzione del Pil e del commercio mondiale. Variazioni annue percentuali a prezzi costanti e correnti, 2004-2007.....	8
Tab. 1.3	Italia. Quadro macroeconomico. Variazioni percentuali, 2004-2007.....	13
Tab. 2.1	Errori di previsione.....	15
Tab. 2.2	Previsioni settore del mobile. Variazioni annue percentuali.....	17
Graf. 2.1	Indice della produzione industriale di mobili e indice generale della produzione industriale. Base 1980=100.....	17
Graf. 2.2	Indice della produzione industriale di mobili. Variazioni trimestrali tendenziali.....	18
Graf. 2.3	Il clima di fiducia delle famiglie. Numero indice base 1980.....	19
Graf. 2.4	Consumo di mobili e reddito disponibile delle famiglie. Variazioni annue percentuali. Dati a prezzi costanti.....	20
Graf. 2.5	Consumo di mobili (variazioni annue percentuali a prezzi costanti) e costo del denaro(1) (livelli).....	20
Graf. 2.6	Consumo di mobili e ricchezza finanziaria delle famiglie. Variazioni annue percentuali a prezzi costanti.....	21
Graf. 2.7	Investimenti in costruzioni residenziali. Variazioni percentuali a prezzi costanti.....	21
Graf. 2.8	Consumo di beni durevoli a prezzi costanti. Variazioni annue percentuali a prezzi costanti.....	22
Graf. 2.9	Consumo di mobili a prezzi costanti ed immatricolazioni di autovetture. Variazioni annue percentuali.....	22
Graf. 2.10	Andamento delle esportazioni a valori correnti e costanti. Numeri indice base 1980.....	24
Graf. 2.11	Esportazioni di mobili delle regioni italiane, 2004. Quote percentuali su dati in valore.....	25
Fig. 2.1	Le esportazioni dei distretti, 2004 -2005. Valori assoluti e variazioni percentuali primo semestre 2005 su primo semestre 2004.....	26
Graf. 2.12	Ripartizione delle esportazioni di mobili dell'Italia per principali paesi-partner. Quote percentuali su dati in valore 2004.....	28
Graf. 2.13	Destinazione delle esportazioni dell'Italia per aree geografiche, 2004. Quote percentuali su dati in valore.....	28
Graf. 2.14	Andamento delle esportazioni di mobili e della domanda estera (1). Variazioni annue percentuali a prezzi costanti.....	29
Graf. 2.15	Stati Uniti. Indice del clima di fiducia delle famiglie. Base 1985=100.....	30
Graf. 2.16	Area euro. Clima di fiducia delle famiglie. Saldi destagionalizzati.....	30
Graf. 2.17	Andamento delle esportazioni di mobili e della domanda estera mondiale (1). Variazioni annue percentuali a prezzi costanti.....	31
Graf. 2.18	Andamento della domanda estera mondiale (1) e del tasso di cambio euro-lira/dollaro. Variazioni annue percentuali a prezzi costanti.....	31
Graf. 2.19	Andamento del commercio mondiale di mobili, delle esportazioni italiane e domanda estera con consumi di mobili. Variazioni annue percentuali a prezzi costanti.....	32
Tab. 2.3	Commercio mondiale di mobili: principali esportatori ed importatori, 2004. Quote % su dati in valore.....	33
Tab. 2.4	Grado di penetrazione dei mobili italiani sui principali mercati esteri.....	33
Graf. 2.20	I principali mercati di destinazione.....	35
Graf. 2.21	Andamento della competitività dell'Italia con alcuni paesi. Indice 1980=100/36	
Graf. 2.22	Indice di competitività (1) del mobile italiano rispetto ai maggiori concorrenti (2). Indice 1980 =100 (3).....	37
Graf. 2.23	Importazioni di mobili delle regioni italiane, 2004. Quote percentuali su dati in valore.....	38
Graf. 2.24	Ripartizione delle importazioni di mobili dell'Italia per principali paesi-partner. Quote percentuali di dati in valore 2004.....	39

Graf. 2.25	Andamento delle importazioni a valori correnti e costanti. Numeri indice base 1980.....	39
Graf. 2.26	Andamento dei valori medi unitari delle esportazioni e delle importazioni di mobili. Numeri indice base 1980.....	40
Graf. 2.27	Andamento prezzi alla produzione dei mobili, prezzi di un paniere di input fisici, salario orario. Variazioni annue percentuali.....	41
Tab. 2.5	Aumenti retributivi per il biennio 2004-2005. Euro	42
Graf. 2.28	Grado di utilizzo degli impianti nel settore del mobile. Dati percentuali	42
Graf. 2.29	Andamento del consumo interno apparente di macchine per la lavorazione del legno. Numeri indice base 1980=100	42
Graf. 2.30	Andamento dei prezzi alla produzione dei mobili nei principali paesi europei. Numeri indice base 1995.....	43
Graf. 2.31	Andamento dei prezzi alla produzione dei mobili in Unione Europea, negli Stati Uniti e Italia. Numeri indice base 1995.....	43
Graf. 2.32	Andamento dei prezzi delle materie prime. Numeri indice base 2000.....	44
Tab. 2.6	Italia. Imprese partecipate in Cina.	45
Tab. 2.7	Esportazioni destinate al mercato cinese. Dati in milioni di Euro.....	46
Graf. 2.33	Esportazioni dell'Italia in Cina. Milioni di Euro	47
Graf. 2.34	Importazioni dell'Italia dalla Cina. Milioni di Euro	47
Tab. 2.8	Pre-Specializzazione con vantaggi assoluti reciproci.	48
Tab. 2.9	Specializzazione con vantaggi assoluti reciproci.	48
Tab. 2.10	Specializzazione con vantaggi comparati.	49
Tab. 2.11	Costo opportunità.	49
Tab. 2.12	Specializzazione con costo opportunità	49
Graf. 3.1	Produzione di mobili per comparti, 2003-2006. Variazioni a prezzi costanti .52	
Graf. 3.2	Consumo interno di mobili per comparti, 2003-2006. Variazioni a prezzi costanti	53
Tab. 3.1	Andamento per i comparti produttivi, 2005. Variazioni a prezzi costanti.....	53
Tab. 3.2	Previsioni per i principali comparti produttivi, 2006. Variazioni a prezzi costanti	54
Graf. 3.3	Prezzi dei mobili per comparti, 2003-2006. Variazioni a prezzi costanti	55
Tab. 3.3	Previsioni mobili per la cucina. Variazioni annue percentuali	56
Graf. 3.4	Andamento della produzione di mobili per la cucina 1996-2006. Numeri indice base 1996=100	57
Graf. 3.5	Imprese e addetti per regioni. Ripartizione percentuale	58
Tab. 3.4	Principali variabili di riferimento per l'analisi dei consumi interni di mobili per la cucina. Variazioni annue percentuali a prezzi costanti	59
Graf. 3.6	Consumo interno di mobili per la cucina, 1999-2006. Variazioni a prezzi costanti	60
Graf. 3.7	Destinazione delle esportazioni di mobili per la cucina, 2004. Quote percentuali su dati in valore	61
Graf. 3.8	Esportazioni di mobili per la cucina. Ripartizione tra paesi intra-EU (25 paesi) ed extra-UE. Quote percentuali su dati in valore	61
Tab. 3.5	Grado di penetrazione dei mobili italiani per la cucina sui principali mercati esteri	62
Graf. 3.9	I principali mercati di destinazione dei mobili per la cucina, 1999-2004.....	63
Graf. 3.10	Provenienza delle importazioni di mobili per la cucina, 2004. Quote percentuali su dati in valore	64
Graf. 3.11	Andamento dei prezzi alla produzione di mobili per la cucina, 1999-2006. Variazioni annue percentuali	65
Graf. 3.12	Andamento dei prezzi alla produzione dei mobili per la cucina nei principali paesi europei. Numeri indice base 1995.....	65
Tab. 3.6	Previsioni mobili imbottiti. Variazioni annue percentuali	66
Graf. 3.13	Andamento della produzione di mobili imbottiti 1996-2006. Variazioni annue percentuali a prezzi costanti	67
Graf. 3.14	Imprese e addetti per regione. Ripartizione percentuale	68

Graf. 3.15	Consumo interno di mobili e di mobili imbottiti, 1999-2006. Variazioni a prezzi costanti	70
Graf. 3.16	Esportazioni di mobili imbottiti. Ripartizioni tra paesi intra-EU (25 paesi) ed extra-UE, 1997-2004. Quote percentuali su dati in valore.....	71
Tab. 3.7	Evoluzione dei principali mercati di destinazione delle esportazioni italiane di mobili imbottiti, 1999-2004.....	71
Graf. 3.17	Andamento della domanda estera di mobili imbottiti, 1996-2006. Numeri indice, base 1996=100.....	72
Tab. 3.8	Grado di penetrazione dei mobili imbottiti italiani sui principali mercati esteri	73
Graf. 3.18	I principali mercati di destinazione dei mobili imbottiti, 1999-2004	74
Graf. 3.19	Provenienza delle importazioni di mobili imbottiti, 2004. Quote percentuali su dati in valore.....	75
Graf. 3.20	Andamento dei prezzi alla produzione di mobili imbottiti, 1999-2006. Variazioni annue percentuali	76
Graf. 3.21	Andamento dei prezzi alla produzione dei mobili imbottiti nei principali paesi europei. Numeri indice base 1995	77
Graf. 3.22	Andamento della produzione di mobili per la casa e totale mobili, 1996-2006. Numeri indice base 1996=100.....	78
Tab. 3.9	Previsioni mobili per la casa. Variazioni annue percentuali.....	79
Graf. 3.23	Imprese e addetti per regioni. Ripartizione percentuale	79
Graf. 3.24	Consumo interno di mobili per la casa, 1999-2006. Variazioni a prezzi costanti	80
Graf. 3.25	Importazioni, esportazioni e bilancia commerciale di mobili per la casa, 2004. Valori in milioni di euro.....	82
Tab. 3.10	Destinazione delle esportazioni di mobili per la casa, 1999-2004.....	82
Graf. 3.26	Andamento della domanda estera di mobili per la casa. Variazioni annue percentuali a prezzi costanti	83
Tab. 3.11	Grado di penetrazione dei mobili per la casa italiani sui principali mercati esteri	84
Graf. 3.27	I principali mercati di destinazione dei mobili per la casa, 1999-2004	85
Graf. 3.28	Provenienza delle importazioni di mobili per la casa, 2004. Quote percentuali su dati in valore	86
Graf. 3.29	Andamento dei valori medi unitari di importazioni ed esportazioni di mobili per la casa, 1996-2005. Numeri indice, base 1996=100	86
Graf. 3.30	Andamento dei prezzi alla produzione dei mobili per la casa 1999-2006. Variazioni annue percentuali	87
Graf. 3.31	Andamento dei prezzi alla produzione dei mobili per la casa nei principali paesi europei. Numeri indice base 1995	88
Graf. 3.32	Andamento della produzione di mobili per l'ufficio 1996-2006. Numeri indice base 1996=100	89
Tab. 3.12	Previsioni mobili per l'ufficio. Variazioni annue percentuali	90
Graf. 3.33	Imprese e addetti per regioni. Ripartizione percentuale	91
Tab. 3.13	Vendite di mobili per ufficio a confronto con alcuni indicatori di domanda potenziale, 1999-2006. Variazioni annue percentuali	92
Tab. 3.14	Esportazioni di mobili per ufficio per tipologia di prodotto, 1999-2004	94
Graf. 3.34	Destinazione delle esportazioni di mobili per l'ufficio, 2004. Quote percentuali su dati in valore	94
Graf. 3.35	Interscambio commerciale di mobili per l'ufficio, 2004. Dati in milioni di euro	95
Tab. 3.15	Grado di penetrazione dei mobili per ufficio italiani sui principali mercati esteri	96
Graf. 3.36	I principali mercati di destinazione dei mobili per ufficio, 1999-2004	96
Tab. 3.16	Importazioni di mobili per ufficio per tipologia di prodotto, 1999 - 2004	97
Graf. 3.37	Provenienza delle importazioni di mobili, 2004. Quote percentuali su dati in valore.....	97

Graf. 3.38 Andamento dei prezzi alla produzione dei mobili per l'ufficio, 1999-2006. Variazioni annue percentuali	99
Graf. 3.39 Andamento dei prezzi alla produzione dei mobili per ufficio nei principali paesi europei. Numeri indice base 1995	99

Presentazione

Il Rapporto Csil di quest'anno, il XXIII della serie iniziata nel 1983, si presenta suddiviso in due sezioni:

la prima parte fornisce un pre-consuntivo per il 2005 e le previsioni per il 2006-2007 per le variabili chiave del settore del mobile in Italia (produzione, consumo, commercio estero, prezzi, competitività e domanda estera) con un approfondimento sull'andamento dei prezzi delle materie prime e della Cina come terreno di conquista per i mobili italiani;

la seconda parte contiene un'analisi dettagliata e le previsioni al 2006 per i seguenti comparti: mobili imbottiti, mobili per la cucina, mobili per la casa e mobili per l'ufficio. L'approfondimento per comparti oltre a rispondere ad un'esigenza fortemente sentita dalle imprese consente un visione più dettagliata di un universo molto complesso come quello dei mobili dove i singoli segmenti produttivi sperimentano sempre più andamenti e risposte differenti al panorama congiunturale. Inoltre per soddisfare le richieste delle imprese Csil ha previsto la realizzazione di aggiornamenti delle previsioni per il settore del mobile e per i singoli comparti che saranno disponibili alla fine di maggio 2006.

Anche quest'anno gli scenari macroeconomici utilizzati per la preparazione del Rapporto sono stati forniti da Prometeia nell'ambito di una lunga e preziosa collaborazione.

Un doveroso riconoscimento va all'équipe che ha collaborato alla stesura di questo Rapporto coordinata dalla dott.ssa Sara Colautti, alle imprese che lo rendono possibile attraverso la loro adesione e disponibilità verso le nostre iniziative, agli sponsor che contribuiscono alla realizzazione del seminario di previsione (Acimall, Agos, Federmobili - Webmobili, Feneal-Uil, Filca-Cisl, Fillea-Cgil).

Un vivo ringraziamento alla Banca Popolare Commercio e Industria di Milano per l'ospitalità.

Ulteriori informazioni sul testo integrale della ricerca e sul parallelo Rapporto sullo scenario mondiale "World Furniture Outlook", sono disponibili sul sito www.csilmilano.com (il rapporto sarà in distribuzione da dicembre anche online).

Milano, 25 Novembre 2005

Massimo Florio
Presidente del Comitato Scientifico Csil

1. Sintesi delle previsioni

1.1 L'industria del mobile in Italia nel 2006

Le previsioni relative all'andamento settoriale sono basate sul modello econometrico realizzato dai ricercatori Csil e recentemente aggiornato che si serve delle oltre 800 serie storiche trimestrali della banca dati di Csil, degli scenari formulati dai maggiori istituti europei e internazionali di statistica e analisi economica e delle informazioni sul settore acquisite da Csil attraverso periodiche interviste a imprese, operatori, rivenditori e consumatori (oltre 2000 interviste nel 2005).

L'analisi delle tendenze di mercato per segmenti produttivi è frutto di elaborazioni e valutazioni delle fonti statistiche ufficiali e dei risultati di oltre 1000 interviste ad aziende leader effettuate ogni anno da Csil a partire dal 1980.

Produzione

Dopo la lieve ripresa del 2004, l'anno in corso prospetta un nuovo calo della produzione di mobili pari al -2,8% a prezzi costanti. L'offerta sta infatti risentendo sia della caduta della domanda estera in seguito al persistere di un livello del tasso di cambio rispetto al dollaro intorno all'1,25 sia dello stallo della domanda interna.

Per il 2006 si prevede una sostanziale stabilità della produzione di mobili sui livelli del 2005 in termini reali a fronte di una debole ripresa della domanda mondiale e nazionale.

Nel 2007 grazie al migliore quadro economico nazionale e ad un andamento più dinamico della domanda estera dei principali paesi europei importatori di mobili dall'Italia, la produzione di mobili dovrebbe ricominciare anche se in misura modesta.

Tab. 1.1 Previsioni settore del mobile. Variazioni annue percentuali. Dati a prezzi costanti, 2003-2007

Variazioni a prezzi costanti					
	2003	2004	2005	2006	2007
Produzione	-3,8	0,9	-2,8	0,0	1,0
Consumo interno ⁽¹⁾	-2,7	2,0	-0,2	1,2	2,8
Esportazioni	-3,5	2,2	-3,4	1,6	2,5
Importazioni	9	19,5	13,0	16,0	18,0
Esportazioni nette	-5,4	-0,8	-6,8	-2,0	-2,1
Variazioni percentuali					
Prezzi alla produzione	1,7	2,3	1,8	1,8	1,6

Fonte: elaborazioni Csil su dati di fonte ufficiale; 2003-2004 consuntivi; 2005 pre-consuntivi e 2006-7 previsioni Csil

Note: ⁽¹⁾ somma del valore della produzione e delle importazioni, meno il valore delle esportazioni

Consumo interno

Nel 2005 i consumi di mobili registreranno una stazionarietà a prezzi costanti rispetto al 2004.

I fattori che hanno concorso a determinare questo risultato deludente sono stati un clima di fiducia delle famiglie che non presenta sostanziali miglioramenti, un incremento dell'occupazione di piccolissima entità e un aumento del reddito disponibile nominale di poco superiore all'inflazione ufficiale.

Nel 2006 si prevede un leggero aumento dei consumi del 1,2% a prezzi costanti. La persistenza di una crescita seppur più moderata nel numero di compravendite delle case, il contenimento dell'inflazione settoriale e l'incremento del reddito disponibile delle famiglie lasciano infatti supporre che oltre agli acquisti per arredare nuove case si verificherà anche un lieve aumento degli acquisti per sostituzione.

Per il 2007 si prevede una ripresa più decisa della domanda interna rivolta ai beni nazionali, grazie al migliorato clima di fiducia e ad un aumento della propensione al consumo delle famiglie italiane.

Commercio con l'estero

Il 2005 si chiuderà con una diminuzione delle esportazioni del 3,4% a prezzi costanti rispetto al 2004 in seguito alle difficoltà determinate dal permanere del tasso di cambio del dollaro su livelli prossimi all'1,25, da problemi di competitività e dalla debolezza dei principali mercati europei di destinazione. I paesi che stanno registrando le riduzioni più consistenti di acquisti di mobili italiani sono il Regno Unito, la Germania e gli Stati Uniti.

Nel 2006 lo stabilizzarsi del tasso di cambio euro/dollaro intorno all'1,22 e il contenimento dei prezzi del settore, dovrebbero consentire una ripresa delle esportazioni italiane dell'1,6% in quantità. Agiranno ancora da freno la non brillante situazione economica dell'Europa e la permanenza del prezzo del petrolio sui valori del 2005.

Nell'ultimo anno di previsione la tenuta della domanda estera e il contenimento dei prezzi dovrebbero consentire un aumento delle esportazioni del 2,5% a prezzi costanti.

Sul fronte delle importazioni, il 2005 sta registrando un nuovo vivace aumento pari al 13% a prezzi costanti grazie alla forza dell'euro per la maggior parte dell'anno e al minor costo unitario dei mobili importati. La domanda di mobili di fattura estera sta interessando in larga misura i prodotti cinesi, ma non sono da trascurare gli aumenti registrati dalle importazioni provenienti da Germania, Austria e Romania.

Nel 2006 l'inizio della ripresa dell'economia italiana e della domanda interna e l'ulteriore guadagno di competitività della Cina porteranno ad un nuovo aumento delle importazioni italiane pari al 16% a prezzi costanti.

Per il 2007 il mantenimento del tasso di cambio euro/dollaro intorno all'1,32 e la ripresa della domanda interna porteranno ad un ulteriore aumento degli acquisti di mobili importati.

Prezzi

Nel 2005 fattori connessi all'aumento dei prezzi delle materie prime non legnose, dell'energia e delle retribuzioni stanno portando ad un aumento dei prezzi alla produzione intorno all'1,8%.

Nel 2006 ad un lento rientro dei prezzi degli input non energetici e del petrolio e al permanere del tasso di cambio euro dollaro sopra l'1,2, si accompagnerà però un ulteriore aumento delle retribuzioni conseguente agli accordi sulla seconda tranche dal contratto nazionale di settore. Questi fattori concorreranno nel determinare un nuovo aumento dei prezzi alla produzione intorno all'1,8%.

Nell'ultimo anno di previsione la diminuzione dei prezzi delle materie prime energetiche e favorirà un calo del ritmo di crescita dei prezzi alla produzione e ragioni di competitività conteranno gli aumenti derivanti dalla maggiore dinamicità della domanda.

Tendenze dei comparti produttivi

Nel 2005 l'unico comparto che ha registrato performance decisamente superiori alla media e positive è stato quello dei mobili per la cucina, mentre i mobili imbottiti hanno risentito di una minore domanda sia interna sia estera. Il 2006 sarà ancora un anno di attesa della ripresa per i mobili imbottiti e per i mobili per la casa, mentre i mobili per ufficio accresceranno le proprie vendite sui mercati esteri e anche se in misura ridotta si paleserà un debole risveglio della domanda interna.

Per il 2005 i mobili imbottiti dovrebbero registrare una diminuzione della produzione del 6% a prezzi costanti dovuti in larga misura al crollo delle esportazioni accompagnato da una debole domanda interna. Per l'anno prossimo si prevede una debole ripresa delle esportazioni a cui si aggiungerà una stazionarietà del mercato interno.

I produttori di mobili per la cucina hanno saputo sfruttare anche quest'anno l'aumento della domanda estera incrementando le loro esportazioni (+8% a prezzi

costanti rispetto al 2004). Per il 2006 le prospettive di crescita sono di poco inferiori a quelle dell'anno in corso per produzione e consumo interno.

Il comparto dei mobili per la casa continua a risentire della debole crescita dell'economia italiana e dei principali mercati esteri di riferimento. L'anno in corso dovrebbe chiudersi con un'offerta in diminuzione del 2,7% a prezzi costanti a causa di un peggioramento delle esportazioni e solo ad una tenuta del mercato nazionale (+0,3%). Per il 2006 le prospettive di crescita sono positive per il consumo interno ma a beneficiarne sarà in larga misura la domanda di mobili importati. In lieve ripresa anche le vendite all'estero.

Infine nel 2005 i consumi interni di mobili per l'ufficio hanno subito una nuova battuta d'arresto accompagnata comunque da un incremento degli acquisti di mobili di importazione. Sui mercati esteri dopo un 2004 ancora piuttosto difficile, le esportazioni di questo comparto dovrebbero registrare nell'anno in corso un aumento dell'1,2% a prezzi costanti. Per il 2006 si prospetta anche un ulteriore aumento delle esportazioni e una prima, parziale ripresa del mercato interno.

1.2 Scenario

1.2.1 L'economia mondiale

Nel 2005 l'economia mondiale sta registrando un tasso di crescita inferiore al 2004 pari al 3,1% in termini reali, ma pur sempre ampiamente positivo grazie al dinamismo dei paesi emergenti che sta più che compensando il rallentamento delle economie avanzate. L'aumento del prezzo del petrolio sta iniziando a mostrare i suoi effetti su alcuni paesi asiatici grandi importatori netti e utilizzatori di tale materia prima, peggiorandone la ragione di scambio. Anche il commercio internazionale di beni manufatti continua lungo il suo sentiero di crescita nel 2005 e nel biennio di previsione con un tasso di crescita medio pari al 6,8% in volume.

Gli **Stati Uniti** mantengono un passo di crescita decisamente vivace. La dinamica media annua del Pil è stimata intorno al 3,4% nel 2005, a fronte del brillante 4,2% realizzato nel 2004, con probabilità di una modesta frenata nel corso del prossimo biennio (3%). Il principale contributo alla crescita è fornito dai consumi delle famiglie ma ora anche gli investimenti delle imprese in macchinari e attrezzature, favoriti dalla buona performance

dei profitti aziendali e dagli incrementi di produttività stanno dando un apporto significativo.

Sul fronte dei conti con l'estero, lo squilibrio della bilancia dei pagamenti, attualmente intorno al 6% del Pil nella parte corrente, non dà segni di rientro e tende anzi a peggiorare, in contrasto con la fase ormai prolungata di debolezza del dollaro. Il livello raggiunto in termini assoluti e relativi, causato dal disavanzo della bilancia commerciale, è senza dubbio poco sostenibile nel medio periodo; ma una correzione del deficit, basata sugli effetti indotti dalle variazioni del tasso di cambio, appare del tutto improbabile, perché l'alto volume di importazioni è in gran parte dipendente dal forte aumento delle delocalizzazioni di imprese manifatturiere. I flussi in uscita di dollari per l'acquisto di beni prodotti all'estero sono, infatti, molto superiori a quelli in entrata per la vendita dei beni esportati (con un rapporto quasi di 2 a 1).

La politica monetaria della Federal Reserve punta a mantenere sotto controllo l'inflazione senza danneggiare la crescita con gradualmente rialzi dei tassi d'interesse ufficiali, attualmente al 4,0%. Le aumentate tensioni inflazionistiche e la sostenuta domanda interna portano a prevedere ulteriori aumenti che porteranno i tassi a tre mesi al 4,25 già nei primi mesi del 2006.

L'attività economica nell'**Unione Europea** è destinata a crescere dell'1,2% nel 2005, per ritornare nel 2007 al livello potenziale del 2,0%. Il principale impulso proviene dalla domanda interna, in particolare dagli investimenti privati, stimolati dal basso costo del capitale. Questo dovrebbe portare alla creazione nella Unione Europea, in un triennio, di quasi sei milioni di nuovi posti di lavoro, che contribuiranno a ridurre la disoccupazione all'8,7% nel 2005 e all'8,3% nel 2007, dopo il picco dell'8,9% registrato alla fine del 2004. L'inflazione aumenterà leggermente quest'anno, salendo al 2,2%, a causa dell'aumento dei prezzi del petrolio, per poi scendere all'1,7% nel 2007. Sempre nel 2007 grazie al rientro del prezzo del petrolio e al rafforzamento dell'euro, il miglioramento della ragione di scambio si tradurrà in un più alto potere d'acquisto degli operatori europei e contribuirà alla ripresa dei consumi.

La Germania continua a non mostrare segnali di una possibile ripresa a breve termine dei consumi delle famiglie a causa delle incertezze sulle prospettive dell'occupazione e sulla sostenibilità del sistema pensionistico che continuano ad influire negativamente sul clima di fiducia. Si avvertono invece le prime avvisaglie di una ripresa degli investimenti in macchinari e attrezzature grazie probabilmente ad una domanda estera che si mantiene sostenuta anche se in decelerazione rispetto al 2004. Nel 2006 il prezzo del petrolio e il debole deprezzamento dell'euro peggioreranno la ragione di scambio influenzando negativamente sui consumi delle famiglie, mentre gli investimenti e le esportazioni

potranno beneficiare di questo contesto e consentiranno una crescita del Pil dell'1,1% in termini reali che si rafforzerà nel 2007.

In Francia nel 2005 il Pil crescerà dell'1,5% contro una previsione del 2,5%. La domanda interna infatti ha diminuito il proprio input positivo alla crescita: il potere d'acquisto dei salari continua ad erodersi e con esso i consumi delle famiglie e anche gli investimenti dei settori produttivi stanno calando. Il governo, date queste premesse, ha presentato per il 2006 una Finanziaria ancora all'insegna del rigore, pur decidendo di far leva sul fisco per ridare fiato ai consumi. E' stata presentata una riforma delle imposte sui redditi che prevede una riduzione delle aliquote e il numero delle fasce imponibili. Nel breve periodo i consumi manterranno comunque un tasso di crescita modesto al quale però dovrebbe affiancarsi un maggior contributo degli investimenti. Si presenta in miglioramento anche se pur sempre negativo il contributo delle esportazioni nette alla formazione del Pil.

Al di fuori dell'area euro anche il Regno Unito presenta un'economia in frenata rispetto al 2004, ma con una crescita su tassi comunque superiori alla media europea. La domanda interna ha subito un rallentamento in particolare per la componente dei consumi privati. Sul fronte degli investimenti la componente pubblica continuerà a crescere mentre la spesa privata per investimenti soffrirà per una minore formazione del reddito disponibile e per un basso tasso di risparmio associato ad una diminuzione dei prezzi degli immobili. A ottobre la Banca d'Inghilterra ha deciso di lasciare invariati al 4,5% i tassi d'interesse per il terzo mese consecutivo. La decisione era in qualche modo attesa e gli analisti sono ancora divisi sui tempi e i modi del prossimo intervento e molti sostengono che il costo del denaro possa anche essere alzato solo all'inizio dell'anno prossimo. Le esportazioni nette non forniranno un contributo negativo alla formazione del Pil e anzi nel 2006 riprenderanno a crescere grazie ad una minore domanda di beni importati.

In sintesi quindi per l'Unione Europea, se si considerano, in particolare, i maggiori paesi, il quadro appare a luci e ombre; permangono dubbi, infatti, sullo stato di salute tedesco e soprattutto italiano, mentre le economie francese, spagnola e britannica si presentano certamente meglio impostate. Il cambio meno forte, poi, da un lato può alimentare la dinamica dei prezzi in Europa, ma dall'altro ridà fiato alla competitività delle imprese, favorendo la crescita delle esportazioni.

I paesi dell'**Europa centro-orientale** continuano ad essere in forte crescita grazie soprattutto alle buone performance delle esportazioni. L'inflazione presenterà aumenti moderati e grazie ad una politica monetaria espansiva i tassi di interesse permarranno molto bassi o sono comunque in diminuzione.

Per quanto riguarda la Russia è prevista una nuova forte crescita del Pil anche se in decelerazione rispetto agli anni precedenti a causa di un deterioramento del clima di fiducia degli investimenti e una diminuzione dell'output petrolifero.

Tab. 1.2 Evoluzione del Pil e del commercio mondiale. Variazioni annue percentuali a prezzi costanti e correnti, 2004-2007

	2004	2005	2006	2007
PIL mondiale	4,0	3,1	3,2	n.d.
PIL dei G7 ¹	3,1	2,4	2,3	2,4
Commercio internazionale:	10,2	7,8	7,3	8,0
- prodotti agricoli	10,6	8,4	8,0	9,3
- materie prime non petrolifere	11,9	7,5	10,6	10,5
- energia	11,2	8,7	6,3	8,0
- manufatti	9,2	7,3	6,5	6,7
Prezzi internazionali in dollari:				
- prodotti alimentari ²	10,7	-3,0	0,3	-0,4
- materie prime non petrolifere ²	25,5	8,0	-3,9	-4,0
- petrolio	33,1	48,0	0,0	-20,0
- manufatti	7,3	2,6	0,5	7,7

Fonte: Fmi, Ocse, Prometeia

¹ Stati Uniti, Giappone, Germania, Francia, Regno Unito, Italia, Canada

² Indice The Economist

In Asia, il Giappone chiuderà l'anno con un aumento del Pil del 2,2% soprattutto grazie alla buona intonazione della domanda interna. La ripresa dei consumi interna sembra quindi sufficientemente robusta e anche le esportazioni continuano a crescere soprattutto verso gli Stati Uniti e la Cina. Il contributo delle esportazioni nette alla formazione del Pil si manterrà comunque nullo in conseguenza di un aumento delle importazioni che diventerà sempre più consistente anche a causa della progressiva delocalizzazione della produzione dell'industria giapponese.

La Cina continuerà a crescere anche nel 2005 a tassi superiori al 9% grazie ad una accelerazione dei consumi e delle esportazioni nette. In luglio in seguito allo sganciamento dal dollaro, lo yuan ha subito una modesta rivalutazione, ma nei mesi successivi il livello è rimasto invariato; la riforma del tasso di cambio prevede infatti una banda di fluttuazione piuttosto limitata e un controllo della banca centrale ma vi sono i presupposti perché nei prossimi anni il mercato valutario registri una maggiore variabilità del valore dello yuan (recentemente è stata introdotta una più ampia banda di oscillazione anche nei confronti di euro e yen).

Le economie dei restanti paesi asiatici continuano a crescere anche se iniziano a manifestarsi gli effetti dello shock petrolifero. L'Asia infatti è importatrice netta di petrolio e vari paesi già presentano aumenti dell'inflazione, deterioramenti dei saldi commerciali e dove i carburanti hanno prezzi sussidiati anche peggioramenti dei conti pubblici. In alcuni casi, sono state già varati aumenti dei tassi di interesse per contrastare l'inflazione "da Petrolio". L'effetto complessivo sull'andamento del Pil è ancora limitato grazie al permanere di una robusta domanda mondiale proveniente da Cina, India e Stati Uniti in particolare.

1.2.2 L'economia italiana

I dati sull'andamento del Pil nei primi tre trimestri del **2005** indicano che l'economia italiana si trova in un periodo difficile e non ha ancora imboccato con decisione la strada della ripresa. Per la fine dell'anno è, infatti, previsto un aumento del PIL dello 0,1%. L'attività produttiva dell'industria non sembra a tutt'oggi riuscire ad uscire dallo stato di debolezza che l'ha caratterizzata nella prima parte dell'anno in corso e si prospetta a fine anno una diminuzione della produzione pari all'1,1% rispetto al 2004. Tra le componenti della domanda si registra un sensibile contributo sfavorevole del commercio estero accompagnato dal ristagno della domanda interna, legato alla perdurante debolezza dei consumi e ad una diminuzione degli investimenti in macchinari e attrezzature.

Nel **2006** il Pil italiano è previsto crescere dello 0,7% grazie ad una migliore intonazione della domanda aggregata, investimenti ed esportazioni in particolare, mentre il saldo estero darà ancora un contributo negativo. Nel 2006 il prezzo del petrolio continuerà a contenere la crescita del potere d'acquisto delle famiglie e del loro reddito disponibile e quindi ostacolerà l'aumento dei consumi privati (solo +0,9% in termini reali). L'occupazione ha rallentato il suo tasso di crescita e le retribuzioni lorde pro capite in termini reali dovrebbero aumentare di circa l'1%. Anche la ricchezza finanziaria registrerà aumenti in termini reali, ma il permanere del clima di incertezza non consentirà un aumento della propensione al consumo. Per quanto riguarda l'altra componente della domanda interna cioè gli investimenti, la parte relativa ai macchinari ed attrezzature dovrebbe riprendere il sentiero di crescita grazie alla permanenza di bassi tassi di interesse e a un più favorevole andamento dei profitti. Per gli investimenti in edilizia, il maggior contributo alla crescita proverrà dalla componente residenziale sostenuta anche dalla proroga degli incentivi fiscali alla ristrutturazione.

Nel 2006 le esportazioni italiane di merci torneranno a crescere (+3,1%) ma il contributo estero alla formazione del Pil continuerà a permanere negativo seppure in miglioramento

rispetto al 2005. La ripresa della domanda interna favorirà infatti, un incremento delle importazioni superiore a quello delle esportazioni.

Per quanto riguarda la finanza pubblica la Finanziaria 2006 non ancora approvata presenta delle misure restrittive volte a rispettare l'entità della copertura richiesta dall'Unione Europea. Agli interventi correttivi pari a circa 20 miliardi di euro sono affiancate misure espansive per quasi 10 miliardi. Queste misure porteranno al 4,8% circa il livello del disavanzo della Pubblica Amministrazione in rapporto al Pil nel 2006.

Sul fronte della politica monetaria, è previsto che gli interventi restrittivi nell'area UEM si presenteranno solo nella seconda parte del 2006.

Nel **2007** il Pil riprenderà a crescere a tassi intorno all'1,4% in concomitanza ad un rientro del prezzo del petrolio al di sotto dei 50\$ al barile e ad un indebolimento del dollaro; l'inflazione subirebbe quindi un rallentamento favorendo la ripresa dei consumi delle famiglie. Sempre sul fronte della domanda interna anche gli investimenti e in particolare in macchinari e attrezzature, si presenteranno in crescita. Il contributo del saldo con l'estero alla formazione del Pil resterà ancora negativo seppur di poco; la crescita delle esportazioni dovuta alla tenuta del commercio internazionale e della domanda interna porteranno, infatti, ad un ulteriore aumento delle importazioni in misura superiore alle vendite all'estero. Sarà quindi la domanda interna a trainare la crescita in una situazione caratterizzata da tassi di interesse ancora bassi nonostante gli aumenti previsti e da una politica di bilancio sostanzialmente neutrale.

Vediamo ora più nel dettaglio le singole variabili macroeconomiche.

Consumi

Nel 2005 i consumi privati delle famiglie registreranno solo un piccolo aumento pari allo 0,5% rispetto al 2004. I beni durevoli stanno registrando i tassi di crescita più dinamici, mentre alimentari e servizi sono in calo. L'evoluzione positiva del reddito disponibile e un miglioramento della ricchezza finanziaria (che però interesserà solo una fascia di consumatori) consentiranno una modesta accelerazione della spesa per consumi nel 2006. L'aumento sarà però ancora contenuto in seguito al permanere di timori delle riforme imposte dalla necessità del contenimento del debito pubblico e delle tensioni generate dall'andamento del prezzo del petrolio. Secondo le previsioni di Prometeia i consumi più dinamici saranno quelli dei prodotti legati al benessere della persona e all'area high tech. Nel 2007 il rientro del prezzo del petrolio consentirà un miglioramento della ragione di scambio e il reddito disponibile delle famiglie dovrebbe presentare tassi di crescita superiori al Pil. Anche la ricchezza finanziaria dovrebbe finalmente riuscire a recuperare i livelli del 2000 rispetto al reddito disponibile, ma ciò non sarà ancora sufficiente per portare ad un aumento della propensione al consumo.

Investimenti

Nel 2005 gli investimenti hanno ripreso a crescere solo nella seconda metà dell'anno e questo non sarà sufficiente a chiudere l'anno con un risultato positivo in termini reali. Le basi su cui costruire un sentiero virtuoso di crescita stabile però vi sono: bassi tassi di interesse, la diga rappresentata dalla stabilità monetaria e finanziaria creata dall'Euro e nel biennio 2006-2007 infatti, queste premesse dovrebbero consentire una ripresa degli investimenti. In particolare stanno già aumentando gli investimenti in macchinari e anche gli investimenti in costruzione che nel 2005 rappresentano la componente più dinamica della domanda, si prospettano in crescita per il prossimo biennio

Commercio estero

Nel 2005 le esportazioni italiane dopo la performance positiva del 2004 hanno ripreso a crescere solo nel secondo trimestre grazie ad una dinamica positiva della domanda estera e chiuderanno l'anno con un -0,4% a prezzi costanti, mentre le importazioni pur subendo un rallentamento dovuto ad una minore domanda di beni di investimento registreranno un nuovo aumento (+1%). Il contributo alla formazione del Pil della componente estera risulterà quindi negativo e si assocerà con una riduzione della ragione di scambio (-14% per i minerali energetici, ma solo -1% per i prodotti manufatti).

Nel 2006 le esportazioni riprenderanno a crescere a ritmo più sostenuto ma ancora inferiore al tasso di incremento della domanda estera e anche le importazioni trainate dalle esportazioni e dagli investimenti in macchinari ricominceranno a crescere sopra il 3%. Il deficit commerciale andrà quindi aumentando anche il prossimo anno e solo nel 2007 si avrà una inversione di tendenza.

Occupazione

Nel 2005 l'occupazione ha mostrato una piccola crescita positiva, ma il tasso di incremento è stato superiore a quello del Pil. In particolare la componente dell'occupazione dipendente è stata molto più dinamica di quella indipendente. Si conferma in flessione l'occupazione nell'industria in relazione alla debolezza ciclica del settore, mentre i servizi e l'edilizia mostrano gli incrementi maggiori anche in relazione agli effetti di emersione dei lavoratori extracomunitari.

Nel complesso per il 2006 è previsto un nuovo aumento dell'occupazione dello 0,3%, e il tasso di disoccupazione si dovrebbe stabilizzare intorno all'8%.

Il numero degli occupati continuerà quindi ad aumentare (in parte per un mero effetto statistico) ma il PIL almeno per il 2005 è rimasto quasi invariato e quindi l'Italia presenta indici di produttività in calo. Infatti la crescita della produttività per ora lavorata, dal 1996 ad oggi è stata fra le più basse di tutti i paesi industrializzati.

Inflazione

Nonostante il caro petrolio i dati dei primi nove mesi del 2005 sembrano confermare che l'inflazione italiana rimarrà contenuta e che l'anno potrà chiudersi con un aumento del 2%, valore inferiore alla media europea. L'inflazione nella UEM infatti, dovrebbe chiudere il 2005 con una media annua 2,2%, per frenare a 2,1% nel 2006 e a 1,9% nel 2007. Le pressioni inflazionistiche stanno comunque progressivamente montando per effetto del prolungato aumento dei prezzi petroliferi e nel 2006 l'indice generale dei prezzi al consumo si manterrà intorno al +2,3% in seguito anche ai rincari delle tariffe di energia elettrica e trasporti.

Per quanto riguarda i prezzi alla produzione, lo stabilizzarsi del cambio dell'euro e le tensioni sui prezzi delle commodities hanno favorito nel 2005 un aumento dei prezzi dei prodotti manufatti dell'1,8%. Nel 2006 si prevede un manifestarsi più consistente del trasferimento a valle del processo produttivo degli aumenti dei prezzi dell'energia. Le pressioni al rialzo saranno comunque contenute sia dal tasso di cambio dell'euro che riduce l'inflazione importata attraverso il petrolio e le materie prime, sia dalla debolezza della domanda. In sintesi il 2006 si potrebbe chiudere con un incremento dei prezzi alla produzione dei beni manufatti del 2,4% che si tradurrà però in un aumento dei prezzi al consumo del 2,3%. Nel 2007, il rientro del prezzo del petrolio e l'indebolimento del dollaro consentiranno una riduzione dei prezzi all'importazione e consentiranno un rallentamento dell'inflazione interna.

Politiche monetarie e fiscali

Per quanto riguarda la finanza pubblica la Finanziaria 2006, non ancora approvata, presenta delle misure restrittive volte a rispettare l'entità della copertura richiesta dall'Unione Europea. Agli interventi correttivi pari a circa 20 miliardi di euro sono affiancate misure espansive per quasi 10 miliardi.

Sul fronte della politica monetaria, sono previsti interventi restrittivi nell'area UEM, ma vi è molta incertezza sul periodo in cui si presenteranno: se solo nella seconda parte del 2006 o già a partire dalla fine del 2005.

Tab. 1.3 Italia. Quadro macroeconomico. Variazioni percentuali, 2004-2007

	2004	2005	2006	2007
Prodotto Interno Lordo Unione Europea (25 paesi)	2,1	1,4	1,7	2,1
Prodotto Interno Lordo UEM (12 paesi)	1,8	1,2	1,5	2,0
Prodotto Interno Lordo Italia	1,0	0,1	0,7	1,4
Reddito disponibile a prezzi costanti	1,8	1,9	1,5	1,8
Indice generale della produzione industriale	-0,6	-1,1	0,5	1,2
Occupazione totale	0,8	0,3	0,3	0,5
Spesa delle famiglie	1,0	1,0	0,9	1,6
Investimenti in macchinari e attrezzature	1,1	-2,7	1,6	2,7
Investimenti in costruzioni	3,0	1,3	1,2	1,4
Esportazioni di beni e servizi FOB	3,2	-0,7	2,9	3,3
Importazioni di merci e servizi	2,5	1,6	3,5	4,0
Saldo merci (milioni di euro correnti)	8.838	-4.611	-10.287	-2.028
Indice generale dei prezzi al consumo	2,2	2,0	2,3	1,8
Indice generale dei prezzi alla produzione	2,7	4,0	2,4	-0,7
Retribuzioni pro-capite industria in senso stretto	3,1	2,7	3,0	2,5
Propensione al risparmio delle famiglie	13,6	14,3	14,8	15,0
Tasso di interesse a lungo termine ¹	4,3	3,6	3,7	4,4
Tasso di interesse a breve termine ¹	2,0	2,0	2,0	2,7

Fonte: Fmi, Ocse, Prometeia

Nota: ¹ tasso medio annuo

PARTE I

LE PREVISIONI SUL SETTORE DEL MOBILE NEL 2006-2007

2. Le Previsioni sul settore del mobile nel 2006-2007

Introduzione

Le previsioni relative all'andamento settoriale sono basate sul modello econometrico realizzato dai ricercatori Csil e recentemente aggiornato (box 1) che si serve delle oltre 800 serie storiche trimestrali della banca dati di Csil, degli scenari formulati dai maggiori istituti europei e internazionali di statistica e analisi economica e delle informazioni sul settore acquisite da Csil attraverso periodiche interviste a imprese, operatori, rivenditori e consumatori (oltre 2000 interviste nel 2005).

Le previsioni effettuate lo scorso novembre si basavano sull'ipotesi che

l'economia cinese non presentasse una brusca frenata

la bolla immobiliare in UK e negli Usa non si sgonfiasse improvvisamente

il prezzo del petrolio non permanesse attorno ai 50 dollari al barile

non vi fosse un'ulteriore rapida discesa delle quotazioni del dollaro con un conseguente veloce aggiustamento della bilancia estera statunitense.

In realtà le ultime due ipotesi si sono verificate solo parzialmente in quanto il prezzo del petrolio è salito ben oltre i 50 dollari al barile (il prezzo medio del petrolio nel terzo trimestre del 2005 ha raggiunto i 62 \$/barile) e il tasso di cambio del dollaro verso l'euro è passato dall'1,31 del primo trimestre del 2005 all'1,2 previsto per la fine dell'anno. Inoltre le previsioni per l'Italia per Pil e consumi sono state riviste più volte nel corso dell'anno: mentre a novembre del 2004 si prevedeva un aumento del Pil dell'1,7%, ora si stima una crescita dello 0,1%.

Il non verificarsi di queste premesse e il ridimensionamento della crescita delle variabili esogene considerate nel modello hanno avuto ripercussioni anche sulle previsioni del settore del mobile. Rispetto a quanto stimato lo scorso novembre, i dati di pre-consuntivo per il 2005 mostrano infatti, un errore previsivo piuttosto elevato, in particolare per le esportazioni.

Tab. 2.1 Errori di previsione

	Previsione 2005 (novembre 2004)	Pre-consuntivo 2005
Variazioni a prezzi costanti		
Produzione	1,7	-2,8
Consumo interno (1)	3,0	-0,2
Esportazioni	2,6	-3,4
Importazioni	17,0	13,0
Esportazioni nette	-0,3	-6,8

Fonte: elaborazioni Csil su dati di fonte ufficiale

Note: (1) somma del valore della produzione e delle importazioni, meno il valore delle esportazioni

Le previsioni per il prossimo biennio si basano sull'andamento dell'economia italiana appena descritto e sulle ipotesi che nel 2006

L'economia mondiale continuerà a crescere e dopo il rallentamento subito nel 2005 si manterrà su un tasso di crescita di poco superiore al 3% (dal 4,0% del 2004 al 3,2% del 2006)

i tassi di interesse statunitensi sperimenteranno nuovi aumenti e anche la Bce nella seconda parte dell'anno muoverà verso l'alto i tassi di riferimento del mercato monetario europeo

il prezzo del petrolio resterà intorno ai 56 dollari al barile per poi scendere solo nel 2007

i forti squilibri dell'economia statunitense porteranno una tensione al ribasso del dollaro

Box 1. Il modello econometrico per il settore del mobile.

L'analisi econometrica del mercato del mobile in Italia verte sulla specificazione e stima di quattro relazioni strutturali: produzione, consumo, esportazioni e prezzi. I dati a disposizione permettono di concentrare l'attenzione sul periodo 1980-2004; le serie storiche hanno frequenza trimestrale e sono costituite da valori in livello o da numeri indice. Per la specificazione del modello strutturale, il punto di riferimento è rappresentato dal lavoro di Florio, Politi e Skokai (1998). La disponibilità di un dataset più ricco e lungo (in entrambe le direzioni) e i numerosi cambiamenti avvenuti nella struttura del mercato del mobile negli ultimi anni, ci hanno suggerito tuttavia di utilizzare il lavoro di Florio et al. come punto di partenza e di specificare nuove equazioni comportamentali per le variabili di riferimento.

Il modello econometrico consiste in un sistema di equazioni in cui compaiono anche alcune relazioni di simultaneità. Tale caratteristica richiede una specifica trattazione nella fase di stima; la presenza di simultaneità tra le variabili endogene del modello rende lo stimatore dei minimi quadrati (OLS) non più consistente rendendo necessario il ricorso a stimatori basati sul principio delle Variabili Strumentali (IV). La seconda parte dell'analisi empirica si è concentrata poi, sulla specificazione, stima ed inferenza di un modello VAR per le quattro variabili endogene del modello strutturale. Quest'ultimo modello è stato poi utilizzato per un'analisi di risposta ad impulso per testare la risposta delle variabili di interesse quando il sistema è colpito da uno shock.

2.1 Produzione

Dopo la lieve ripresa del 2004, il 2005 prospetta un nuovo calo della produzione di mobili pari al -2,8% a prezzi costanti. L'offerta sta, infatti, risentendo sia della caduta della domanda estera in seguito al persistere di un livello del tasso di cambio rispetto al dollaro intorno all'1,25 sia dello stallo della domanda interna.

Per il 2006 si prevede una sostanziale stabilità della produzione di mobili sui livelli del 2005 in termini reali a fronte di una debole ripresa della domanda mondiale e nazionale. Il miglioramento del clima di fiducia di imprese e consumatori favorirà, infatti, solo una modesta ripresa della domanda interna e anche le esportazioni, incamerato il nuovo livello del tasso di cambio dell'euro rispetto al dollaro, aumenteranno ma di poco.

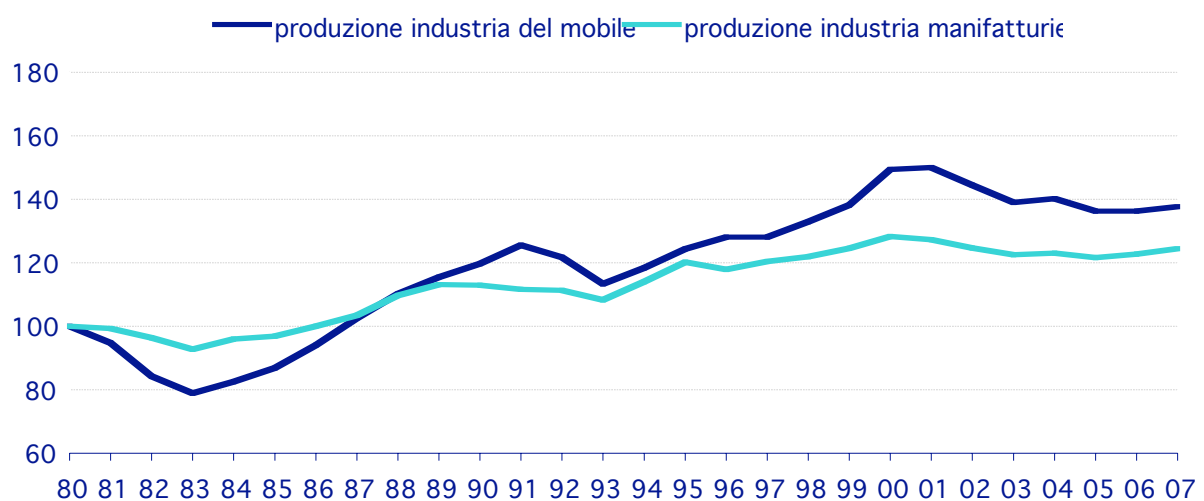
Tab. 2.2 Previsioni settore del mobile. Variazioni annue percentuali

Variazioni a prezzi costanti							
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Produzione	0,4	-3,7	-3,8	0,9	-2,8	0,0	1,0
Consumo interno (1)	0,5	-2,4	-2,7	2,0	-0,2	1,2	2,8
Esportazioni	0,5	-4,0	-3,5	2,2	-3,4	1,6	2,5
Importazioni	1,7	6,8	9,0	19,5	13,0	16,0	18,0
Esportazioni nette	0,3	-5,5	-5,4	-0,8	-6,8	-2,0	-2,1
Variazioni percentuali							
Prezzi alla produzione	2,1	1,9	1,7	2,3	1,8	1,8	1,6

Fonte: elaborazioni Csil su dati di fonte ufficiale; 2001-2004 consuntivi; 2005 pre-consuntivi Csil; 2006- 2007 previsioni Csil

Note: (1) somma del valore della produzione e delle importazioni, meno il valore delle esportazioni

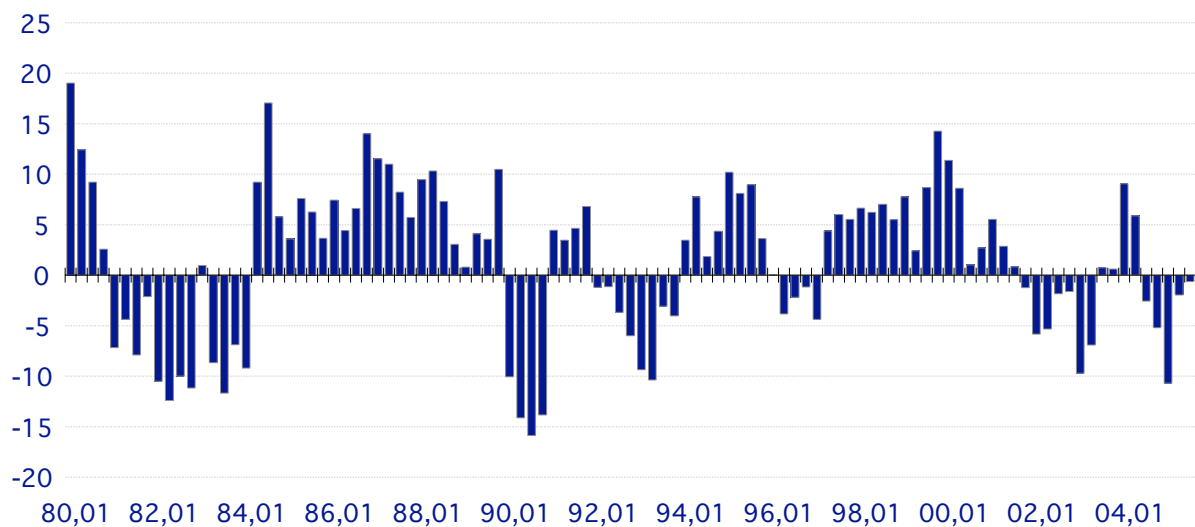
Graf. 2.1 Indice della produzione industriale di mobili e indice generale della produzione industriale. Base 1980=100



Fonte: anni 1980-2004 elaborazioni Csil su dati Csil e Istat

Previsioni: Csil e Prometeia

Graf. 2.2 Indice della produzione industriale di mobili. Variazioni trimestrali tendenziali¹



Fonte: elaborazioni Csil su dati Istat

Nel 2005-06 quindi la produzione del settore del mobile registrerà una performance meno brillante rispetto al totale dell'industria manifatturiera.

Nel 2007 il tasso di espansione dell'offerta è atteso assumere valori nell'ordine dell'1% a prezzi costanti. La domanda interna contribuirà nuovamente in misura maggiore rispetto alle esportazioni alla crescita della produzione di mobili.

Box 2. Gli investimenti delle imprese

Secondo i dati Acimall le imprese del settore del mobile in Italia nel 2004 hanno ridotto i loro investimenti in macchinari per la lavorazione del legno, come testimoniano le cadute del fatturato nazionale delle imprese italiane produttrici di tali macchinari e delle importazioni. Nonostante le aziende abbiano finora potuto usufruire di tassi di interesse piuttosto bassi, la non brillante performance della domanda di mobili italiani ha portato ad una maggiore cautela delle aziende del settore negli investimenti. Nel 2005 infatti la domanda italiana di macchinari si presenta ancora stazionaria e nel 2006 l'andamento previsto per il settore del mobile non lascia spazi ad ampi margini di miglioramento.

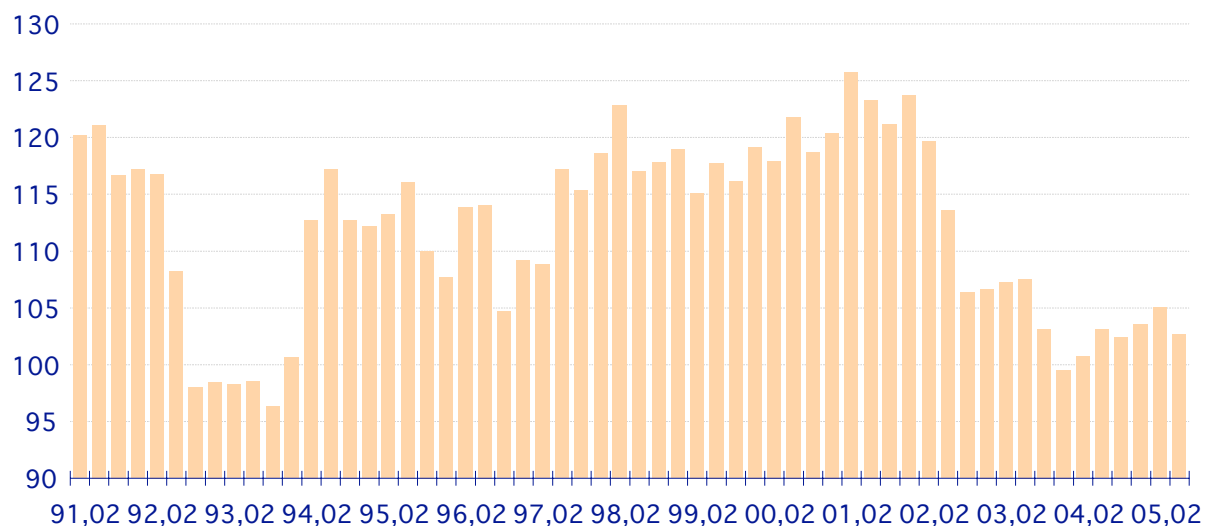
¹ In seguito alla revisione della serie storica dell'indice della produzione industriale di mobili effettuata dall'Istat in occasione della conversione a base 1995, e data la diversità del profilo evolutivo di questa serie rispetto a quello evidenziato dalla serie Csil, dalla XVIII edizione del rapporto Csil, i valori presentati in tabella non coincidono con quelli Istat. Si riporta comunque, un grafico in cui sono presentate le variazioni trimestrali dell'indice alla produzione rilevato dall'Istat.

2.2 Consumo interno

Nel 2005 i consumi di mobili registreranno una stazionarietà a prezzi costanti rispetto al 2004.

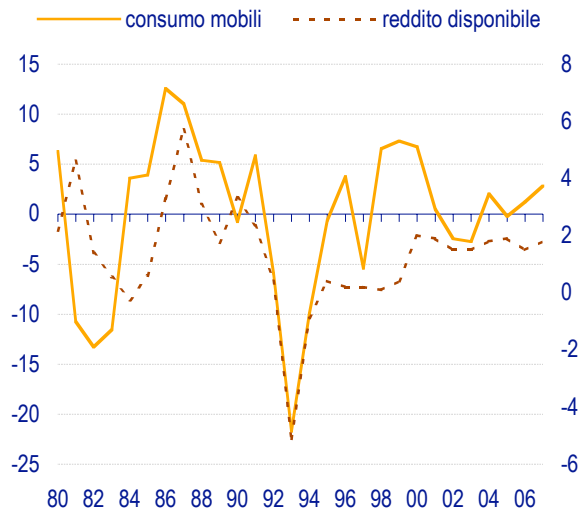
I fattori che hanno concorso a determinare questo risultato deludente sono stati un clima di fiducia delle famiglie che non presenta sostanziali miglioramenti, un incremento dell'occupazione di piccolissima entità e un aumento del reddito disponibile nominale di poco superiore all'inflazione ufficiale. La ricchezza finanziaria netta delle famiglie in termini reali è cresciuta nel 2004 del 6,1%, ma per il 2005 si prevede una crescita più contenuta e solo nel 2007 è probabile che il rapporto ricchezza finanziaria netta su reddito disponibile riesca a superare il picco toccato nel 2000. La crescita della ricchezza osservata nel 2004 e quella prevista per gli anni seguenti in ogni caso non favorirà un veloce recupero della propensione al consumo. Quest'ultima arresterà la sua flessione non prima del 2007, in concomitanza con il miglioramento dei ritmi di crescita dell'economia e il rientro del disavanzo pubblico. Il lento recupero della propensione ai consumi è imputabile alle oscillazioni al rialzo e al ribasso che la ricchezza finanziaria ha registrato in questi ultimi anni a partire dal 2000. A causa di questo andamento non lineare i consumatori hanno minore fiducia nella possibilità che la ricchezza mantenga inalterato il suo valore reale e la loro propensione a spenderla si riduce. Quindi nei prossimi anni il sostegno al consumo di mobili derivante dall'evoluzione della componente ricchezza e dal corrispondente flusso "sicuro" di reddito, sarebbe sostanzialmente nullo.

Graf. 2.3 Il clima di fiducia delle famiglie. Numero indice base 1980



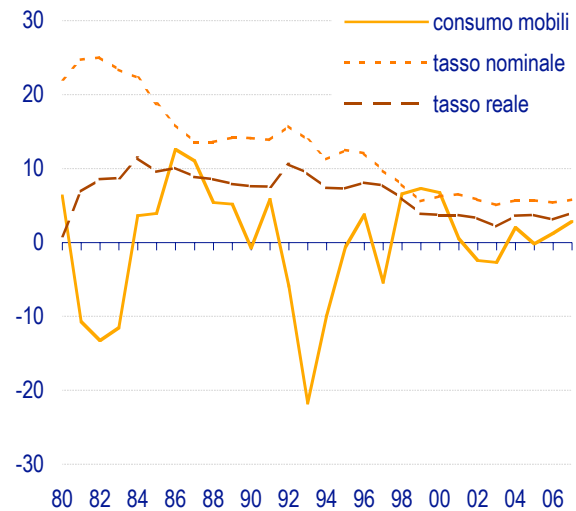
Fonte: elaborazioni CSIL su dati ISAE

Graf. 2.4 Consumo di mobili e reddito disponibile delle famiglie. Variazioni annue percentuali. Dati a prezzi costanti



Fonte: dati storici: elaborazioni Csil su dati Istat; Prometeia
Previsioni: Csil, Prometeia

Graf. 2.5 Consumo di mobili (variazioni annue percentuali a prezzi costanti) e costo del denaro⁽¹⁾ (livelli)



Fonte: dati storici: elaborazioni Csil su dati Istat; Banca d'Italia; previsioni: Csil, Prometeia
(1) Si considera il tasso medio annuo sugli impieghi bancari; il tasso reale è determinato deflazionando il tasso nominale con l'inflazione al consumo

Box 3. Credito al consumo

Nel 2004 il credito al consumo erogato da banche e da società finanziarie ha raggiunto nel mese di dicembre la cifra dei 61 miliardi di euro, continuando ad espandersi rapidamente. Tra il 2002 e il 2004 il credito al consumo è aumentato del 21,4%, la crescita è stata particolarmente sostenuta nelle regioni del Mezzogiorno (+26,5%) e in quelle del Nord Ovest (+24,8%). Nello stesso periodo il rapporto tra credito al consumo e PIL è passato dal 2,2 al 2,5% e alla fine del 2004 il rapporto più elevato si è registrato nelle regioni meridionali(+3,7%). Le preoccupazioni riguardanti un aumento del ricorso al credito per far fronte ad un impoverimento sembrano però affievolirsi alla fine del 2004. Il rischio complessivo rilevato a dicembre 2004, costituito da sofferenza, insolvenza grave e insolvenza leggera, è pari al 7% in diminuzione di 1,2 punti percentuale rispetto l'anno precedente.

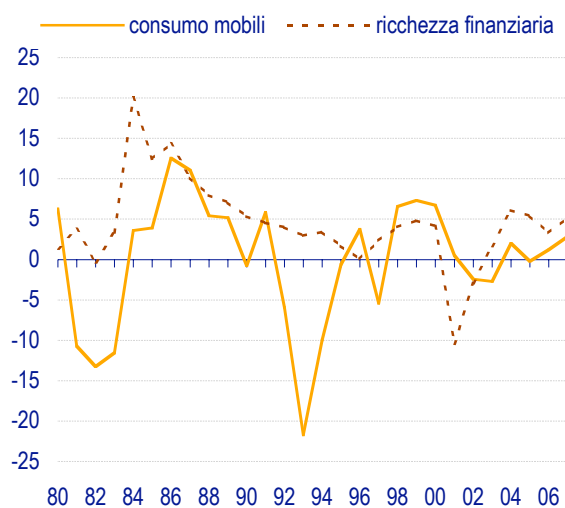
Alla fine del 2004 il credito al consumo concesso dalle banche italiane, segnando un incremento del +15,5%, è stato pari a 38 miliardi di euro dei quali il 57% risulta essere costituito da prestiti personali. La quota restante è rappresentata da prestiti finalizzati all'acquisto diretto di specifici beni, gran parte della quale è riconducibile all'attività di intermediari controllati da gruppi bancari internazionali, specializzati nell'erogazione di prestiti attraverso esercizi commerciali convenzionati. La quota invece dei prestiti finalizzati o concessi mediante carte di credito sul totale credito al consumo erogato da società finanziarie è pari all'80% mentre quella dei prestiti personali (per il quale non è richiesto di indicare l'utilizzo della somma oggetto del finanziamento e che quindi non risulta essere subordinato all'acquisto di un bene o servizio specifico) è pari al 20%.

Per il settore dell'arredamento, il credito al consumo finalizzato, come strumento di supporto alla vendita, non è ancora sfruttato come si dovrebbe e molti distributori non offrono ai loro clienti la possibilità di usufruire di tale servizio.

Nel 2006 si prevede solo un leggero aumento dei consumi del 1,2% a prezzi costanti. La persistenza di una crescita seppur più moderata nel numero di compravendite delle case, il contenimento dell'inflazione settoriale e l'incremento del reddito disponibile delle famiglie lasciano supporre che oltre agli acquisti per arredare nuove case si verificherà solo un lieve aumento degli acquisti per sostituzione. Gli investimenti in edilizia residenziale sono risultati in crescita negli ultimi anni, ma viene oramai a mancare l'effetto delle ristrutturazioni edilizie sebbene il governo abbia prorogato la detrazione Ire al 2006, aumentando anche la percentuale scontabile dal 36% al 41% (ma riportando l'Iva al 20%).

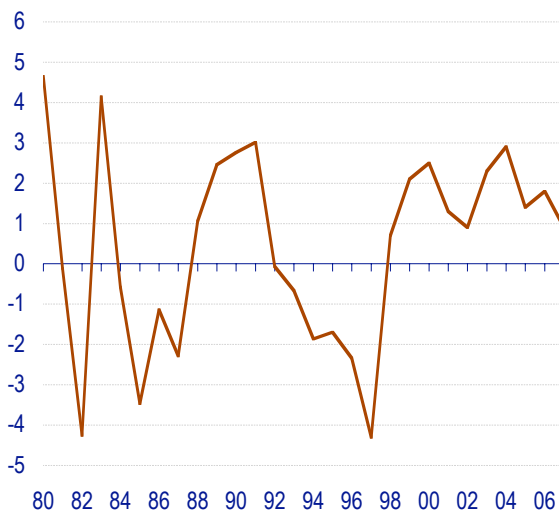
Il permanere di bassi tassi di interesse per le motivazioni spiegate sopra riguardo all'effetto dell'aumento della ricchezza finanziaria, non ha portato e non porterà ad un particolare incremento del credito al consumo nel settore del mobile sebbene in altri settori stia mostrando buone potenzialità (Box 3). Un basso costo del denaro sta invece rappresentando un ottimo stimolo all'accensione di mutui per l'acquisto della casa, ma questo fattore se da un lato rappresenta un segnale di una maggiore domanda potenziale di mobili per arredare le nuove case, d'altro canto toglie risorse altrimenti spendibili per l'arredamento.

Graf. 2.6 Consumo di mobili e ricchezza finanziaria delle famiglie. Variazioni annue percentuali a prezzi costanti



Fonte: dati storici: elaborazioni Csil su dati Istat, Prometeia; previsioni: Csil, Prometeia

Graf. 2.7 Investimenti in costruzioni residenziali. Variazioni percentuali a prezzi costanti



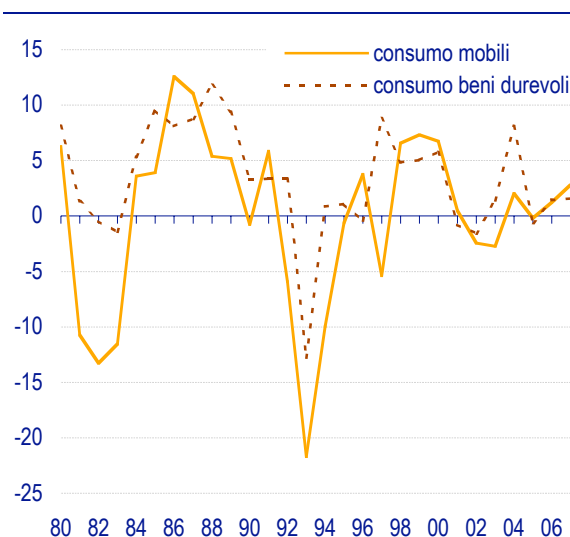
Fonte: dati storici Istat e ANCE; previsioni: Prometeia

Box 4. Il mercato dell'auto

Nel mese di ottobre 2005 il mercato automobilistico ha chiuso i primi 10 mesi dell'anno con un -1,5% di immatricolazioni rispetto allo stesso periodo del 2004, con una flessione quindi meno marcata rispetto a quella registrata nel primo semestre dell'anno in corso (-5,3%). Dopo le incertezze della fase iniziale dell'anno, l'annata sembra potersi chiudere con un semestre che supererà il milione di consegne, con una variazione positiva rispetto al secondo semestre del 2004 (973 mila).

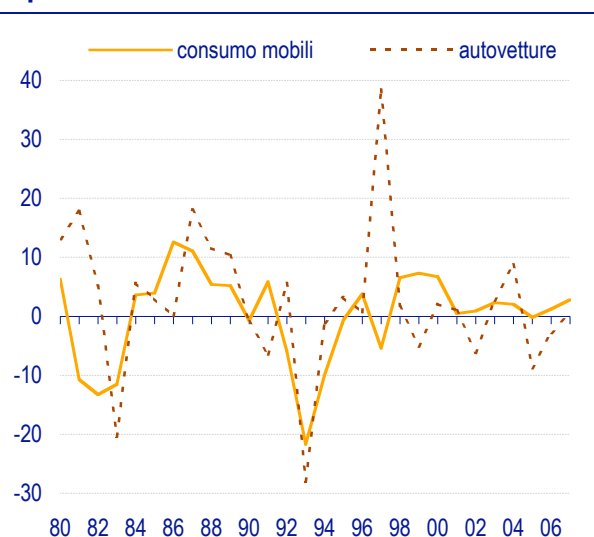
A trainare la domanda interna stanno contribuendo gli incentivi all'acquisto promossi dalle case automobilistiche, le quali affiancano agli sconti le offerte di dilazioni dei pagamenti, attraverso finanziarie gestite dalle case, in concorrenza con gli operatori. Altri fattori che hanno contribuito alla ripresa del mercato sono: il caro benzina che ha indotto i consumatori a sostituire i vecchi mezzi con dei nuovi caratterizzati da consumi più bassi e l'offerta da parte dei produttori di auto con motori conformi alla normativa europea EuroIV ed esclusi quindi dalle limitazioni al traffico di molte città.

Graf. 2.8 Consumo di beni durevoli a prezzi costanti. Variazioni annue percentuali a prezzi costanti



Fonte: elaborazioni Csil su dati Istat

Graf. 2.9 Consumo di mobili a prezzi costanti ed immatricolazioni di autovetture. Variazioni annue percentuali



Fonte: dati storici: elaborazioni Csil su dati Istat; previsioni: Csil, Prometeia

Nel 2007 l'economia italiana tornerà a crescere con un ritmo intorno all'1,4% e il contenimento dell'inflazione generale e settoriale associato ad una crescita del reddito disponibile e della ricchezza finanziaria miglioreranno il clima di fiducia delle famiglie. Il rafforzamento della domanda interna dovrebbe quindi tradursi per il settore del mobile in una leggera accelerazione del tasso di crescita del consumo rispetto al 2006 (+2,8% a prezzi costanti).

Box 5. I mutui

Nel 2004 i prestiti bancari alle famiglie, raggiungendo la cifra di 306,4 miliardi di euro, sono cresciuti del 13,2% rispetto all'anno precedente, di un valore molto superiore a quello registrato nell'area dell'euro (+7,9%) e inferiore, se confrontato con le variazioni annuali dei principali paesi, soltanto a quello della Spagna. La crescita ha continuato a manifestarsi nel 2005, negli otto mesi che vanno da gennaio ad agosto quando si sono registrati prestiti bancari alle famiglie per un valore di 329,2 miliardi di euro con una crescita rispetto allo stesso periodo del 2004 del 12,9%.

Nel periodo 1998-2004 i mutui concessi alle famiglie consumatrici sono cresciuti del 15,9% medio annuo e nello stesso periodo il rapporto tra il costo finanziario dei mutui e il reddito disponibile pro capite è diminuito in tutte le aree del Paese e in maniera più significativa nel Mezzogiorno. L'aumento dei prezzi delle abitazioni, seppur elevato (+6,3% nel 2004), è stato compensato dal calo dei tassi di interesse sui mutui e dall'aumento dei redditi.

Nel corso del 2004 sono stati erogati nuovi prestiti per l'acquisto di abitazioni per 49,2 miliardi di euro, l'87% dei quali con tassi (variabili) indicizzati ai rendimenti di mercato monetario o rinegoziabili entro un anno. Il 40,5% dei mutui per l'acquisto di abitazioni sono stati erogati al Centro Nord e l'8,6% nel Mezzogiorno.

L'81% dei prestiti con una durata di oltre cinque anni è costituito dai prestiti per l'acquisto di abitazioni; alla fine di agosto questa tipologia di mutuo ha raggiunto la considerevole cifra di 200,1 miliardi di euro. I mutui per l'acquisto della casa sono raddoppiati in meno di quattro anni (nel 2001 i finanziamenti con durata superiore ai 5 anni valevano 99,7 miliardi di euro). Questa crescita è facilmente ricollegabile al basso costo di questa tipologia di finanziamento e all'aumento dei prezzi delle abitazioni. Nel dicembre 2004 i tassi di interesse sui prestiti per l'acquisto di abitazioni, con un periodo di determinazione iniziale del tasso compreso fra 5 e 10 anni, collocandosi al 4,51%, sono diminuiti di 49 punti. La flessione è continuata nel 2005, quando alla fine di agosto si è registrato un tasso d'interesse per le nuove operazioni pari al 4,10%.

2.3 Commercio estero

Nel 2005 le esportazioni nette (esportazioni meno importazioni) hanno mostrato una diminuzione del 6,8% contribuendo in modo sostanziale all'andamento negativo registrato dalla produzione delle aziende italiane. Le previsioni per il 2006 mostrano un andamento decisamente migliore anche se il contributo resta ancora negativo (-2%).

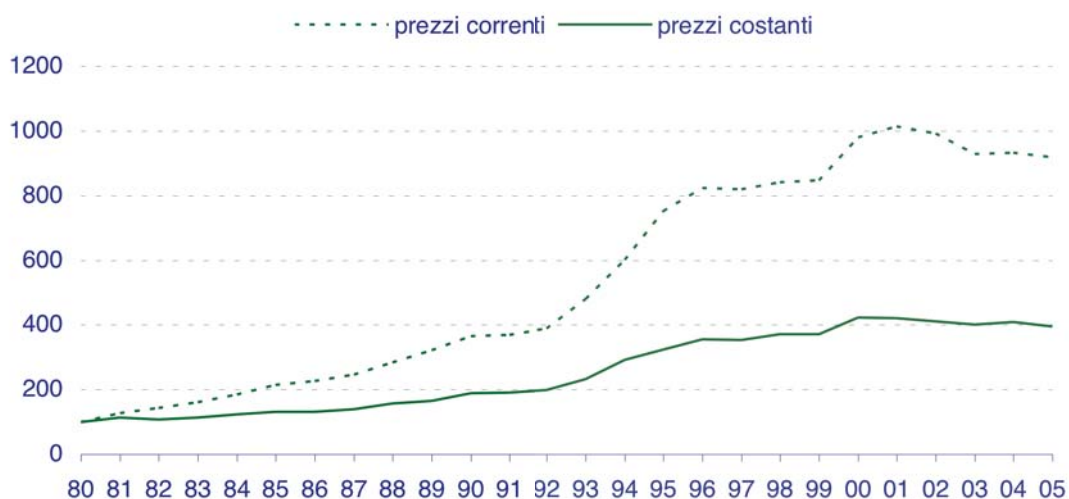
Le esportazioni

Il 2005 si chiuderà con una diminuzione delle esportazioni del 3,4% a prezzi costanti rispetto al 2004 in seguito alle difficoltà determinate dal permanere del tasso di cambio del dollaro su livelli prossimi all'1,25, da problemi di competitività e dalla debolezza dei principali mercati europei di destinazione.

Box 6 Esportazioni temporanee e definitive

Le esportazioni totali di mobili includono sia gli spostamenti definitivi dei prodotti che le riesportazioni, cioè le spedizioni verso paesi extranazionali di merci provenienti da uno stato estero e introdotte temporaneamente in Italia a scopo di perfezionamento. Nel 2004 la quota delle riesportazioni sul totale è scesa allo 0,4% rispetto allo 0,7% del 2003, passando da 59,1 milioni di euro a 36,2 milioni di euro. Per il primo semestre 2005 si conferma il trend negativo dell'anno precedente, le riesportazioni, in linea con la flessione delle esportazioni definitive e con la sostanziale immobilità di quelle totali, scendono dallo 0,4% dei primi sei mesi 2004 allo 0,2% del primo semestre 2005.

Graf. 2.10 Andamento delle esportazioni a valori correnti e costanti. Numeri indice base 1980

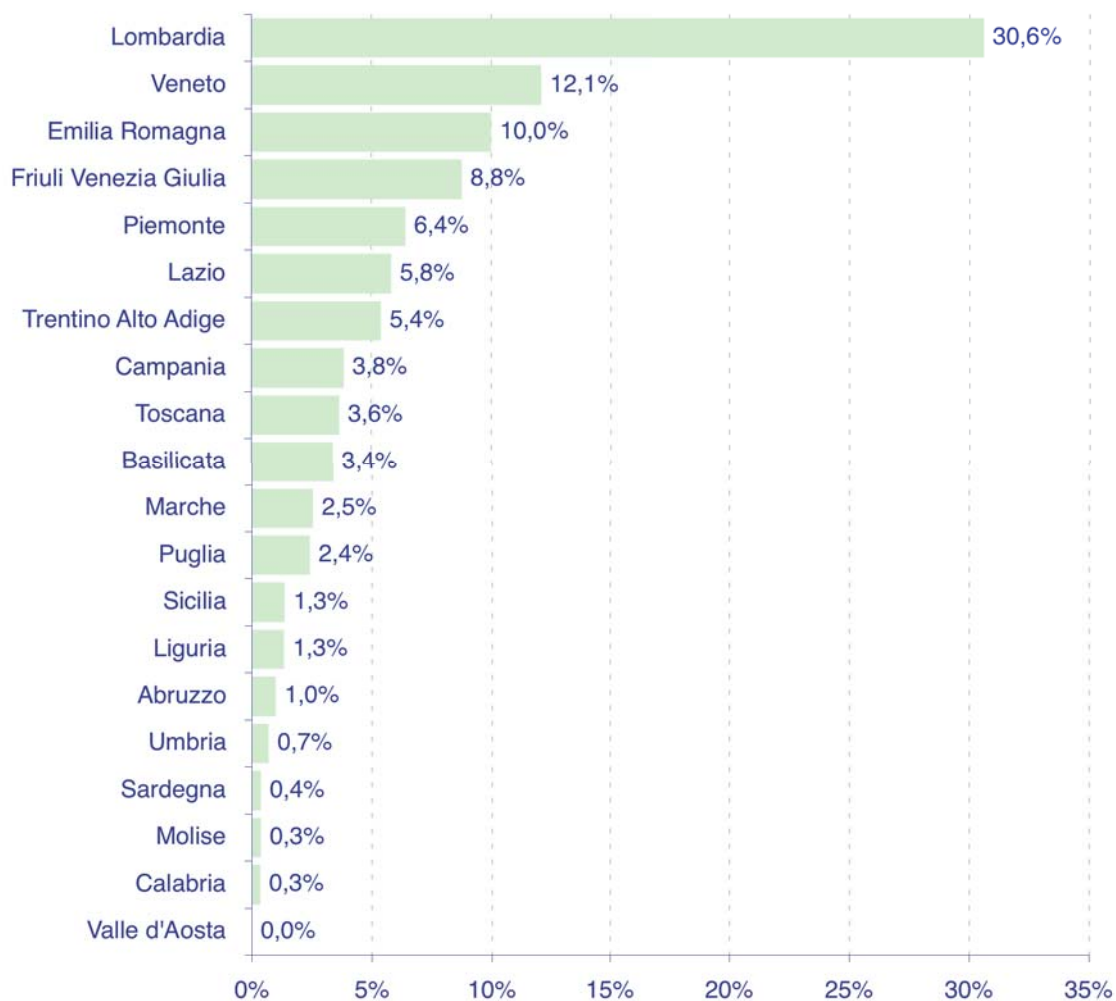


Fonte: elaborazioni Csil su dati Istat

Box 7 Le esportazioni delle regioni italiane.

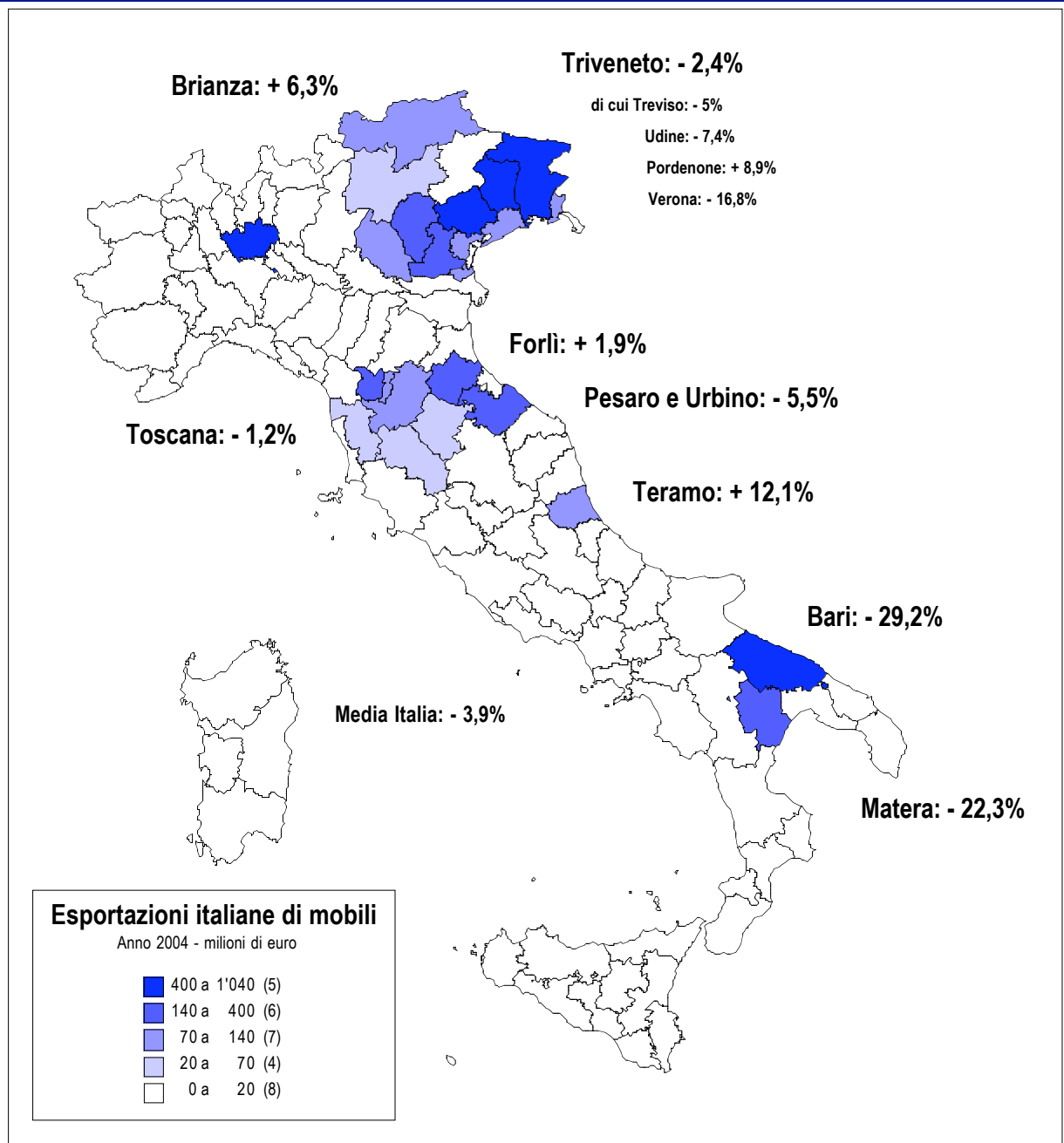
Nel 2004 il 93,5% delle vendite all'estero di mobili italiani è stato realizzato da produttori localizzati in otto regioni. Il Veneto, la Lombardia, il Friuli Venezia Giulia e la Puglia hanno prodotto il 71,1% dei mobili esportati esportazioni, le restanti Marche, Toscana, Emilia Romagna e Basilicata il 22,4%. Rispetto al 2003 le regioni che hanno visto crescere le proprie esportazioni sono il Veneto (+1,8%), la Lombardia (+0,6%), le Marche (+3,1%), la Toscana (+9,3%) e l'Emilia Romagna (+8,8%). Un anno difficile hanno invece vissuto le regioni meridionali quali la Puglia (-2,2%) e la Basilicata con la sua realtà distrettuale (-3,4%). Il decremento delle vendite all'estero riscontrato nel Sud Italia si protrae anche nel primo semestre del 2005, periodo durante il quale la Puglia e la Basilicata registrano flessioni pari al -28,3% e al -21,9%. Un simile trend negativo, seppur di diversa entità, si osserva per lo stesso periodo in Veneto, regione che sembra così arrestare la crescita delle proprie esportazioni segnando un -2,9% rispetto al periodo precedente. Un aumento delle vendite all'estero dei mobili invece interessa la Lombardia; in questa regione infatti le esportazione, se confrontate a quelle del primo semestre 2004, rivelano un incremento del 5,7%.

Graf. 2.11 Esportazioni di mobili delle regioni italiane, 2004. Quote percentuali su dati in valore



Fonte: elaborazioni Csil su dati Istat

Fig. 2.1 Le esportazioni dei distretti, 2004 -2005. Valori assoluti e variazioni percentuali primo semestre 2005 su primo semestre 2004



Fonte: elaborazioni Csil su dati Istat

Nota: i dati presentati nella cartina corrispondono alle esportazioni di mobili per provincia e sono espressi in milioni di euro.

Box 8 Le esportazioni dei distretti.

A livello territoriale, nei primi sei mesi del 2005, le buone performance all'estero realizzate dai distretti mostrano un'inversione di tendenza rispetto allo stesso periodo del 2004. Il distretto della Brianza, con un aumento del +6,3% rispetto ai primi sei mesi dell'anno precedente, è l'unico distretto che ha visto crescere le vendite di mobili all'estero e si è ripreso dalla flessione registrata nei primi sei mesi del 2004. Le restanti realtà distrettuali hanno segnato nel primo semestre dell'anno corrente un decremento delle esportazioni: le realtà del Triveneto (con l'eccezione di Pordenone, le cui esportazioni sono cresciute del +8,9%) e della Toscana vedono diminuire le proprie vendite all'estero del -2,4% e del -1,2%. Questo fenomeno appare ancora più chiaro e netto se si guarda ai distretti di Bari e Matera e ai loro rispettivi decrementi delle esportazioni pari al -29,2% e al -22,3%.

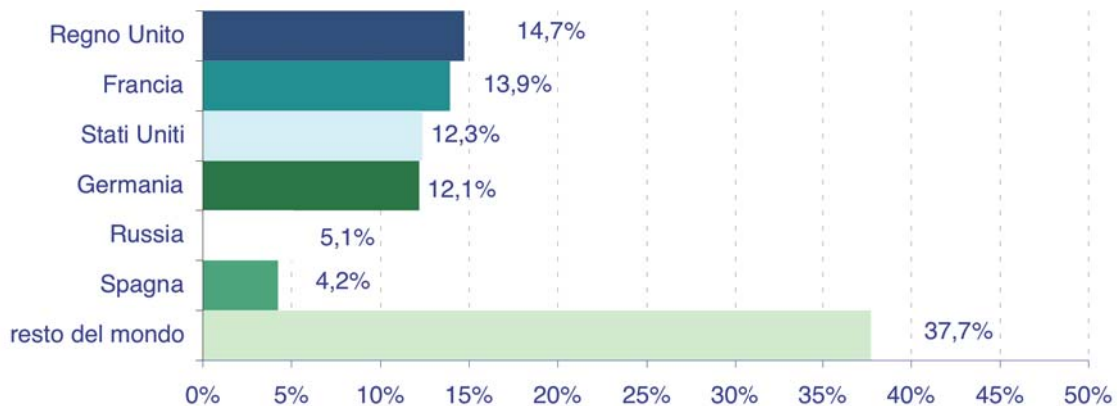
I paesi che stanno registrando le riduzioni più consistenti di acquisti di mobili italiani sono il Regno Unito, la Germania e gli Stati Uniti. I dati dei primi otto mesi del 2005 registrano infatti diminuzioni del 16% in valore sul mercato inglese, del 18% sul mercato americano e dell'8% sul mercato tedesco. Anche in Francia le vendite stanno diminuendo seppure in misura inferiore rispetto ai paesi già menzionati (-1,4% in valore); gli altri due importanti mercati di destinazione delle esportazioni italiane di mobili, la Russia e la Spagna continuano, invece, a mostrare aumenti (rispettivamente +16% e +7% in valore). Per il mercato statunitense la diminuzione si ridimensiona solo lievemente se consideriamo il valore in dollari: in tale valuta infatti la flessione sarebbe dell'14%.

Data l'influenza del tasso di cambio sull'andamento delle vendite all'estero, può tornare utile osservare l'andamento delle esportazioni per aree geografiche in relazione anche alla moneta di riferimento.

Nei paesi europei (compresi quelli dell'Allargamento) i primi otto mesi del 2005 hanno registrato una flessione delle esportazioni a valori medi unitari costanti del 9%, mentre sul mercato del Nord America si sono registrati decrementi del 14%; anche i mercati dell'Asia centrale e dell'Estremo Oriente hanno diminuito gli acquisti di mobili italiani del 13%. I mercati in cui sono state registrate flessioni delle esportazioni non sono quindi solo i paesi che operano in dollari.

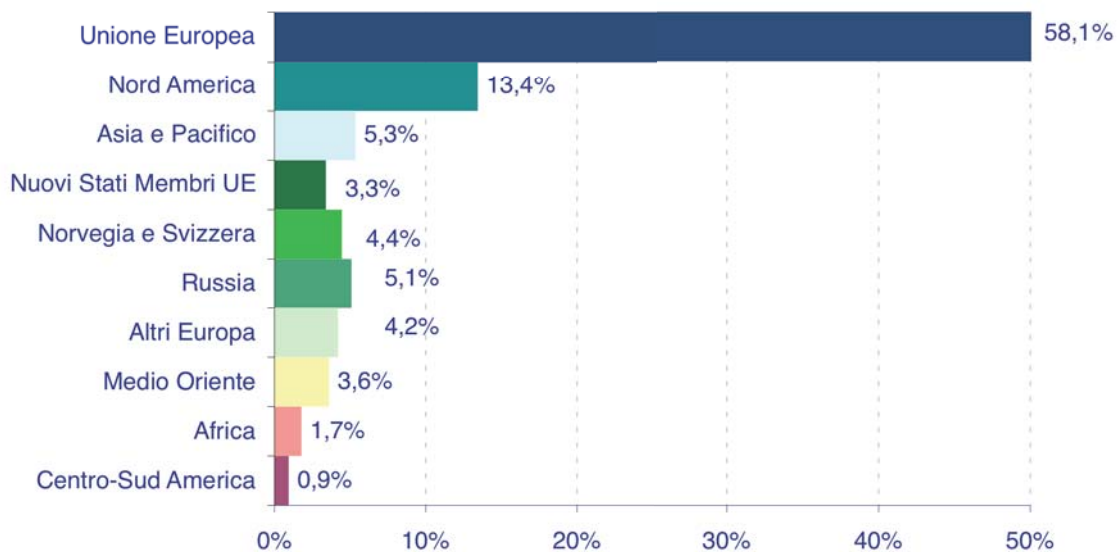
Nel 2006 lo stabilizzarsi del tasso di cambio euro/dollaro intorno all'1,22 e il contenimento dei prezzi del settore, dovrebbero consentire una ripresa delle esportazioni italiane dell'1,6% in quantità. Agiranno ancora da freno la non brillante situazione economica dell'Europa e la permanenza del prezzo del petrolio sui valori del 2005.

Graf. 2.12 Ripartizione delle esportazioni di mobili dell'Italia per principali paesi-partner. Quote percentuali su dati in valore 2004



Fonte: elaborazioni Csil su dati Eurostat

Graf. 2.13 Destinazione delle esportazioni dell'Italia per aree geografiche, 2004. Quote percentuali su dati in valore



Fonte: elaborazioni Csil su dati Eurostat

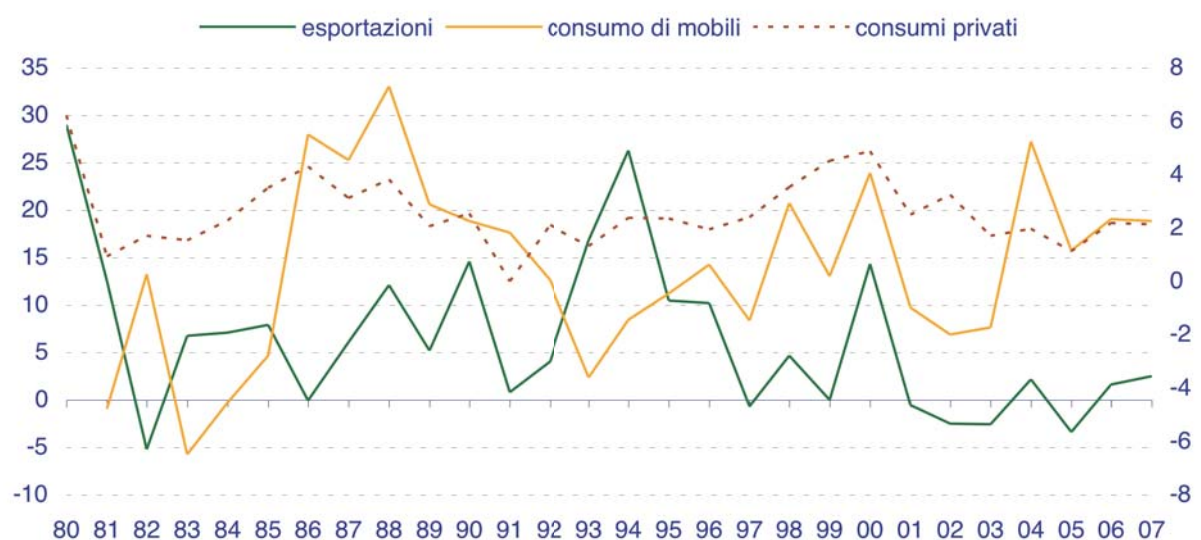
In dettaglio per i principali mercati di sbocco delle esportazioni italiane di mobili, ci si aspetta una crescita nei consumi interni sia negli Usa che, in misura inferiore, in Francia, Regno Unito e anche in Germania (+1% a prezzi costanti del mercato interno). Nel caso del mercato statunitense però gran parte della crescita delle importazioni sarà nuovamente assorbita dai mobili prodotti in Cina. Gli americani infatti, sono abituati a spendere in base all'effetto ricchezza provocato dai loro investimenti. Negli anni passati la propensione al consumo è stata sostenuta dal boom borsistico e dal 2000 in poi, dopo lo scoppio della bolla speculativa dall'incremento dei prezzi immobiliari, con il

rifinanziamento dei mutui. L'aumento del prezzo delle case e il calo dei tassi di interesse hanno consentito agli americani di consolidare il vecchio mutuo, incassare il contante e accenderne uno a condizioni più vantaggiose, ma ora per le case è previsto una stabilizzazione del prezzo in termini reali e un probabile successivo calo, mentre i tassi di interesse andranno aumentando. Questi fattori sicuramente incideranno sugli acquisti di mobili in generale e in particolare su quelli italiani che presentano valori medi unitari superiori a quelli cinesi .

L'andamento della domanda estera proveniente dalla Germania sarà invece ancora fortemente condizionata dalla situazione del mercato interno che inizierà solo il prossimo anno a riprendersi. La domanda francese dovrebbe rimanere sullo stesso livello del 2005 sebbene il potere d'acquisto dei francesi non sia migliorato.

Per quanto riguarda invece il mercato estero più importante attualmente per l'Italia ovvero quello inglese le prospettive non sono rosee. Il leggero aumento della disoccupazione e l'andamento del mercato immobiliare che sta drenando ricchezza alle famiglie, stanno influenzando negativamente sulla formazione del reddito disponibile. Il risparmio delle famiglie ha poi già raggiunto i livelli storicamente più bassi degli ultimi anni, determinando un rallentamento dei consumi che si manterrà nel breve periodo. Il mercato interno inglese continuerà comunque a crescere ma le importazioni di mobili italiani non andranno migliorando.

**Graf. 2.14 Andamento delle esportazioni di mobili e della domanda estera (1).
Variazioni annue percentuali a prezzi costanti**



Fonte: elaborazioni Csil su dati Istat e OCSE; previsioni Csil, Prometeia

Nota:1) la domanda estera è calcolata sia come media dei consumi privati dei paesi clienti dell'Italia, ponderati per il peso percentuale che questi paesi hanno sul totale delle esportazioni italiane di mobili, che come media ponderata del consumo di mobili dei medesimi paesi. I paesi clienti considerati sono: Germania, Stati Uniti, Francia e Regno Unito

Le esportazioni verso i quattro paesi sopra menzionati rappresentano il 53% del totale delle esportazioni di mobili, mentre un ulteriore 5% circa proviene dalle vendite in Russia e un altro 3,3% dai nuovi paesi membri dell'Unione Europea.

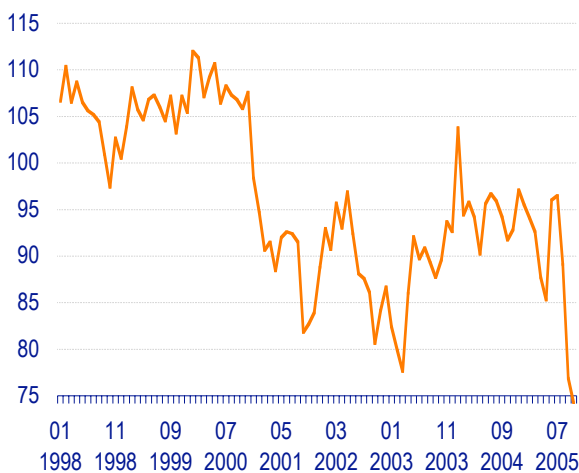
Per il mercato russo le previsioni sono in direzione di una prosecuzione della crescita soprattutto nella fascia medio-alta che viene soddisfatta in larga misura con l'acquisto di mobili italiani. Anche per i Paesi dell'allargamento le prospettive si presentano buone nel biennio di previsione.

Box 9. Clima di fiducia dei consumatori europei e statunitensi ²

In Europa, nel 2004, gli indicatori del clima di fiducia delle famiglie hanno continuato a mostrare saldi negativi. Dal maggio 2005 all'agosto dello stesso anno la fiducia, con un saldo stabile al -15, è continuata a scendere; da settembre invece si è assistito ad un leggero recupero fino ad arrivare ad ottobre ad una saldo di -13. Sono migliorate le aspettative sulla situazione economica generale, mentre si sono stabilizzate quelle relative alla situazione economica personale degli intervistati e alle possibilità di risparmio.

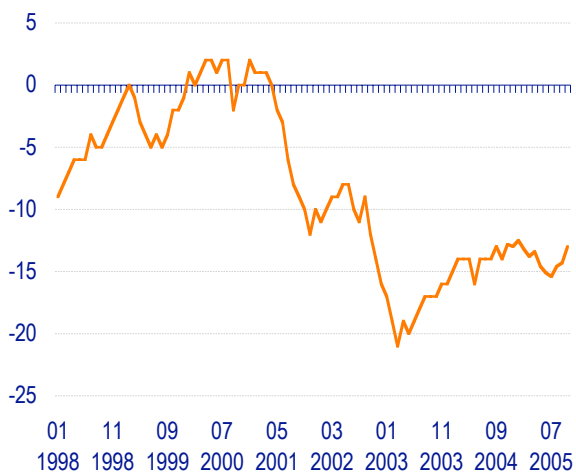
Negli Usa, per il mese di ottobre, l'indice di fiducia elaborato dall'Università del Michigan è sceso al 74,2, registrando negli ultimi tre mesi un deciso decremento riconducibile al peggioramento dei giudizi dei consumatori sulla situazione corrente, delle loro prospettive in breve termine e soprattutto delle preoccupazioni degli intervistati circa la propria situazione economica personale.

Graf. 2.15 Stati Uniti. Indice del clima di fiducia delle famiglie. Base 1985=100



Fonte: elaborazioni Csil su dati University of Michigan

Graf. 2.16 Area euro. Clima di fiducia delle famiglie. Saldi destagionalizzati



Fonte: elaborazioni Csil su dati ISAE

² Per gli Stati Uniti si riporta il Consumer Sentiment Index elaborato dall'Università del Michigan con base 1985=100.

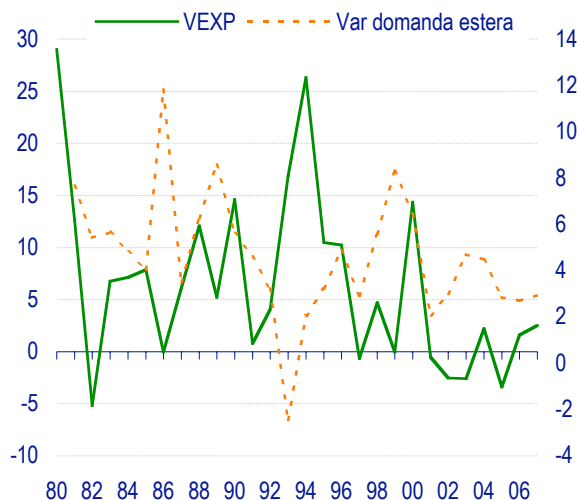
Per i paesi europei il clima di fiducia dei consumatori viene misurato attraverso l'utilizzo dei saldi che consistono nelle differenze fra modalità favorevoli e sfavorevoli di risposta a domande su quadro economico generale, quadro personale e intenzioni di acquisto di beni durevoli.

Con riferimento ai restanti paesi, i rischi connessi all'andamento del tasso di cambio dell'euro verso il dollaro e alla competitività dei prodotti italiani creeranno ancora problemi per le esportazioni italiane soprattutto nel 2005.

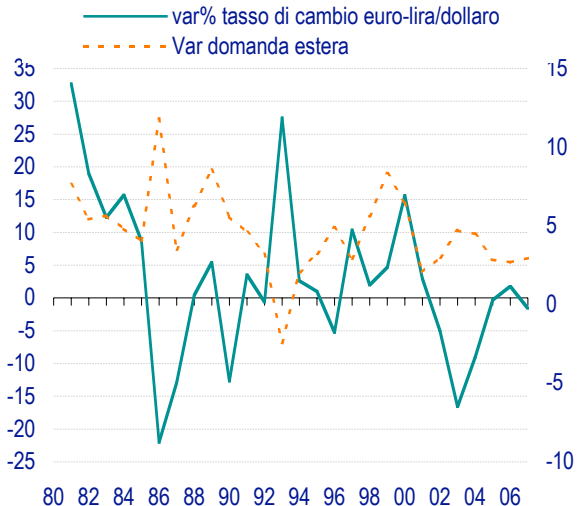
I mercati finanziari non mostrano finora di credere alla ripresa dell'economia europea: le posizioni speculative contro l'euro e a favore del dollaro sono al momento prevalenti. Gli operatori in cambi non sono gli unici a scommettere su un altro sostanzioso ciclo positivo per il dollaro, ma presentano la stessa inclinazione anche coloro che comprano attività industriali, immobiliari o finanziarie. Vi è infatti un massiccio flusso di denaro verso gli Stati Uniti, come provano i dati appena forniti dal Tesoro americano. Il rischio dollaro continua ad essere quindi un elemento difficile da considerare nell'ambito delle previsioni del commercio estero, ma che andrà sicuramente ad influenzare l'andamento delle esportazioni italiane.

Sulla base dello scenario fin qui ipotizzato, riteniamo in sintesi, che l'effetto netto dell'andamento dei mercati esteri partner commerciali dell'Italia, sarà di un aumento della domanda estera settoriale di poco superiore al 2% nel 2006/07.

Graf. 2.17 Andamento delle esportazioni di mobili e della domanda estera mondiale (1). Variazioni annue percentuali a prezzi costanti



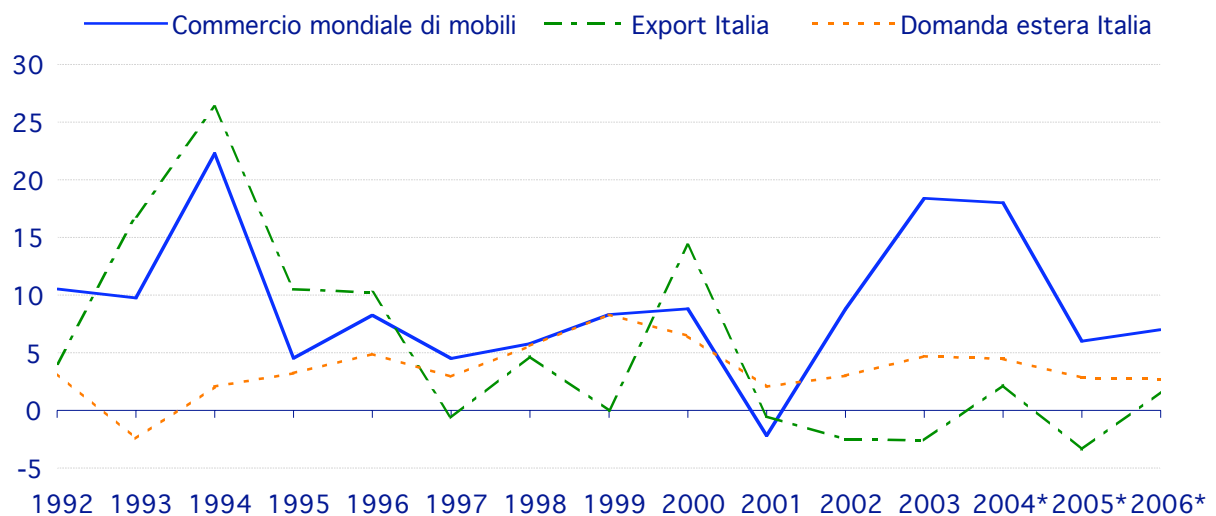
Graf. 2.18 Andamento della domanda estera mondiale (1) e del tasso di cambio euro-lira/dollaro. Variazioni annue percentuali a prezzi costanti



Fonte: elaborazioni Csil su dati World Bank; previsioni Csil, Prometeia

Nota: 1) la domanda estera è calcolata come media della domanda interna delle aree geoeconomiche mondiali ponderate per il peso percentuale che queste aree hanno sul totale delle esportazioni italiane di mobili. Le aree considerate sono le seguenti: Unione Europea, Nord America, Sud America, Europa Centrale ed ex URSS, Africa, Pacifico, Cina e subcontinente indiano

Graf. 2.19 Andamento del commercio mondiale di mobili, delle esportazioni italiane e domanda estera con consumi di mobili. Variazioni annue percentuali a prezzi costanti



Fonte: elaborazioni Csil su dati di fonti ufficiali

Note: 1992-2004 dati storici; 2005 dati stimati; 2006 previsioni. La domanda estera è calcolata come media ponderata della domanda interna dei paesi clienti dell'Italia ponderata con il peso percentuale che questi paesi hanno sul totale delle esportazioni italiane di mobili

Nel 2007 un nuovo aumento della domanda estera rivolta ai mobili italiani e il proseguimento della crescita dell'economia internazionale con la conseguente espansione del commercio mondiale di mobili, consentirà un aumento delle esportazioni italiane del 2,5% in quantità nonostante la permanenza di un euro forte.

Box 10. Il sistema competitivo internazionale

Nel 2004 l'Italia continua a mantenere la sua leadership all'interno della graduatoria mondiale dei principali esportatori, detenendo infatti una quota pari al 14,2% riesce a conservare il suo vantaggio rispetto la Cina (I dati preliminare del 2005 mostrano però che tale primato passerà alla Cina).

Fabbricando il 10% dei mobili prodotti nel mondo, nel 2004, l'Italia, mantiene anche la sua terza posizione nella classifica dei principali produttori e si va a collocare subito dietro solo agli Stati Uniti e alla Cina.

Nel 2004 il grado di apertura del mercato italiano dei mobili risulta essere ancora basso. Le importazioni italiane, nonostante siano cresciute rispetto all'anno precedente, raggiungono una quota sulle importazioni mondiali pari solo all'1,9%. Seppur in aumento anche il peso delle importazioni italiane sui consumi interni di mobili si mantiene ancora sotto la soglia del 10%.

Per l'import si osserva che i primi dieci paesi importatori di mobili assorbono quasi il 74% del totale mondiale dei flussi in entrata, che i primi sei sono i paesi più industrializzati al mondo (esclusa l'Italia) e che a questi sei è imputabile il 63% del totale delle importazioni.

Sul fronte delle esportazioni si rileva che una quota pari al 63,7% dell'export mondiale è detenuta da un numero limitato di dieci paesi. Prossimi alla vetta della classifica si collocano paesi emergenti quali la Cina e la Polonia. Sono proprio questi ultimi due che stanno conquistando terreno a scapito di altri paesi industrializzati quali l'Italia, il Canada e la Germania. La Cina nel 2004, conquistando una quota di poco inferiore al 14%, si avvicina sempre più all'Italia e la Polonia con un 6,4% sale di classifica scavalcando il Canada.

Tab. 2.3 Commercio mondiale di mobili: principali esportatori ed importatori, 2004. Quote % su dati in valore

Paese	quote % esportazioni	Paese	quote % importazioni
Italia	14,2	Stati Uniti	27,7
Cina	13,7	Germania	10,5
Germania	8,4	Regno Unito	8,6
Polonia	6,4	Francia	7,0
Canada	5,8	Giappone	4,9
Stati Uniti	3,6	Canada	3,9
Danimarca	3,5	Belgio	3,3
Francia	3,2	Austria	2,6
Austria	2,6	Paesi Bassi	2,5
Malesia	2,5	Svizzera	2,5
altri	36,3	altri	26,4

Fonte: elaborazioni Csil su dati Eurostat, Onu

Andamento delle quote di mercato e principali competitori

Nel 2004 l'Italia era riuscita a mantenere seppur di poco la posizione di principale esportatore al mondo di mondo ma i dati a pre-consuntivo del 2005 mostrano che ora è la Cina a detenere il primato e che è sempre più presente anche nei principali mercati di destinazione delle esportazioni italiane.

I paesi dell'Unione Europea (15 paesi) e il Nord America restano i principali mercati di sbocco all'estero della produzione italiana di mobili con quote rispettivamente pari al 58% e al 13% sul totale delle esportazioni italiane.

Tab. 2.4 Grado di penetrazione dei mobili italiani sui principali mercati esteri

Paesi di destinazione delle esportazioni	Quote % delle esportazioni italiane sulle importazioni totali dei principali mercati		Quote % delle esportazioni italiane sui consumi di mobili dei principali mercati	
	1999	2004	1999	2004
Regno Unito	22,4%	18,7%	6,0%	7,9%
Francia	28,0%	21,7%	9,9%	9,8%
Stati Uniti	8,1%	4,9%	1,6%	1,4%
Germania	24,5%	12,6%	7,3%	5,0%
Russia	53,6%	40,3%	25,2%	20,0%
Spagna	27,5%	19,1%	3,7%	4,2%
Svizzera	21,4%	17,5%	19,1%	15,0%
Belgio	14,6%	9,9%	11,0%	8,6%
Paesi Bassi	14,6%	9,4%	7,7%	5,2%
Grecia	66,5%	31,0%	10,8%	9,3%

Fonte: elaborazioni Csil

Nel **Regno Unito**, che ormai è il primo mercato in ordine di importanza, l'Italia ha consolidato la sua presenza con una quota vicina all'8% del consumo interno nel 2004, ma in diminuzione rispetto al 2003. Contemporaneamente sta, infatti, crescendo il volume di mobili cinesi che sono arrivati a rappresentare il 17% del totale delle importazioni. Resta sostanzialmente stabile invece la quota del terzo fornitore del mercato inglese che è costituito dalle aziende tedesche che soddisfano anche per il 2004 l'8,5% delle importazioni inglesi. Rispetto ai produttori inglesi e tedeschi, le aziende italiane sembrano però essere meglio riuscite, nel 2005, a contenere le perdite in termini di competitività.

Anche per la **Francia** come per il Regno Unito, l'Italia ha rappresentato, nel 2004, il principale fornitore detenendo il 23% dei mobili importati da questo paese. Sul mercato francese le esportazioni italiane rappresentano il 10% del consumo interno (in leggera diminuzione rispetto al 2003) e il principale concorrente dell'Italia è rappresentato dalla Germania che fornisce il 12% circa dei mobili importati seguita dal Belgio con il 9%. I produttori francesi di mobili hanno registrato un'inflazione inferiore negli ultimi anni rispetto a quelli italiani, il che ha portato ad un miglioramento della loro ragione di scambio sia rispetto ai mobili italiani che a quelli tedeschi. Nel 2005 però si registra un miglioramento dei prezzi relativi dei mobili italiani rispetto a quelli tedeschi.

Il terzo mercato di destinazione dei mobili italiani, nel 2004 sono stati gli **Stati Uniti**, ma il grado di penetrazione dei mobili italiani ha registrato una nuova flessione: le nostre esportazioni rappresentano ora solo l'1,4% di un mercato vastissimo. Attualmente l'Italia rappresenta il terzo fornitore degli Stati Uniti con il 6% circa delle importazioni statunitensi di mobili ed è preceduta da Cina (45%) e Canada (18%). Anche nel 2004 la crescita delle esportazioni cinesi verso questo paese è stata molto elevata a discapito sia dei mobili canadesi che di quelli italiani.

Per quanto riguarda invece la concorrenza esercitata dai produttori americani, resta da sottolineare nuovamente la forza dell'euro nei confronti del dollaro che ha amplificato il divario tra i prezzi dei prodotti italiani e quelli locali. Non considerando l'effetto del tasso di cambio, in realtà l'aumento che stanno registrando i prezzi franco fabbrica americani avrebbe consentito un miglioramento di competitività dei mobili italiani.

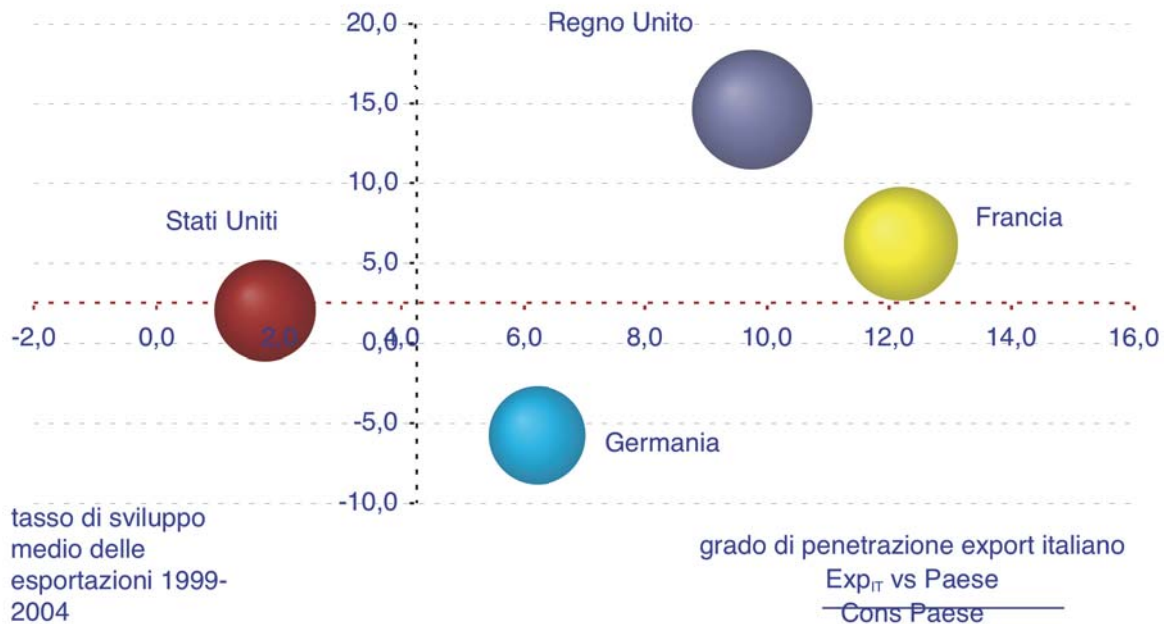
Sul **mercato tedesco**, che ormai è diventato solo il quarto in ordine di importanza, l'Italia ha nuovamente perso quote.

Nel 2004 le esportazioni italiane di mobili hanno rappresentato, infatti, solo il 5% del consumo interno tedesco e il 10% sul totale delle importazioni.

Il nostro principale concorrente su questo mercato è rappresentato dalla Polonia che detiene la quota maggioritaria delle importazioni tedesche (22%) anche in ragione della forte delocalizzazione operata in tale paese. Il terzo fornitore è invece ancora rappresentato dalla Repubblica ceca con poco meno del 9% delle importazioni tedesche. Finora le società tedesche sono riuscite a rimanere più competitive rispetto a quelle italiane grazie anche alla delocalizzazione della produzione in Europa centro-orientale o in Asia. Sul mercato tedesco la concorrenza esercitata dai produttori locali è sempre stata molto forte sia per fattori legati ai prezzi sia in termini di qualità e di servizio. Nel 2005 però il rapporto tra l'indice dei prezzi alla produzione dei mobili in Italia e quello dei prezzi alla produzione in Germania mostra una flessione dei prezzi relativi a vantaggio dell'Italia.

Altro mercato particolarmente dinamico per l'Italia è la **Russia**. I mobili italiani rappresentano nel 2004 il 20% del consumo interno russo (in calo però rispetto al 2003), mentre rispetto al totale delle importazioni russe le esportazioni italiane rappresentano il 50% seguite da quelle tedesche con l'10%. I primi dati del 2005 fanno supporre che tali percentuali non dovrebbero diminuire.

Graf. 2.20 I principali mercati di destinazione



Fonte: elaborazioni Csil

Graf. 2.21 Andamento della competitività dell'Italia con alcuni paesi. Indice 1980=100



Fonte: elaborazioni Csil su dati di fonti ufficiali

N.B.: aumenti dell'indice denotano perdite di competitività

Legenda:

(—) prezzo mobili Italia/prezzo mobili paesi importatori per tasso di cambio

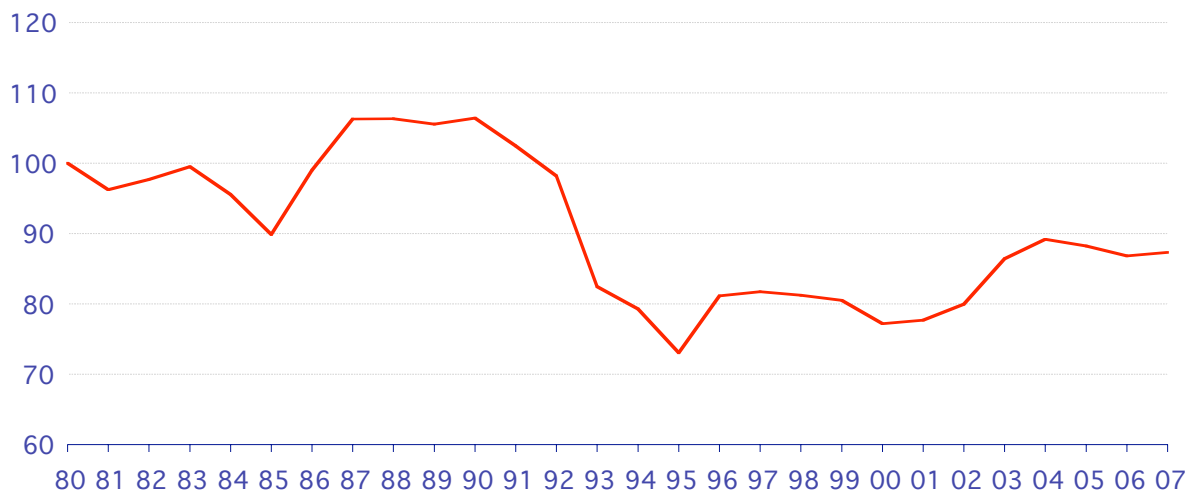
(---) prezzo mobili Italia/prezzo mobili paesi importatori in valuta nazionale

L'analisi dell'indice di competitività settoriale, calcolato sulla base dell'andamento dei prezzi e dei tassi di cambio nei paesi principali acquirenti e concorrenti della produzione italiana, evidenzia quest'anno un leggero miglioramento della competitività imputabile sia all'andamento del tasso di cambio dell'euro verso il dollaro sia all'andamento dei prezzi relativi. Infatti mentre nel 2004 i prezzi dei mobili italiani erano aumentati di quasi il doppio rispetto a quelli dei restanti paesi dell'Unione Europea (15 paesi) e soprattutto rispetto a quelli francesi e tedeschi che presentano aumenti inferiori all'1%, nel 2005

l'inflazione settoriale italiana sta mostrando una dinamica molto più moderata anche rispetto ai prezzi interni statunitensi. Ma questo per il momento non è stato sufficiente a dare un nuovo slancio alle vendite all'estero dei mobili italiani.

Nel prossimo anno il contenimento dell'inflazione settoriale in Italia e una maggiore stabilità del tasso di cambio dell'euro verso il dollaro anche se su livelli comunque alti, dovrebbero consentire uno stabilizzarsi dell'indice di competitività intorno a valori prossimi a 87.

Graf. 2.22 Indice di competitività (1) del mobile italiano rispetto ai maggiori concorrenti (2). Indice 1980 =100 (3)



Fonte: elaborazioni Csil su dati Istat, OCSE e statistiche ufficiali dei paesi partners

Note:

- 1) La competitività è il rapporto tra il prezzo dei mobili in Italia e i prezzi dei mobili nei maggiori paesi partners, tenuto conto delle variazioni dei tassi di cambio
- 2) Francia, Regno Unito, Germania e Stati Uniti
- 3) N.B. aumenti dell'indice denotano perdite di competitività

Le importazioni

Sul fronte delle importazioni, il 2005 registra un nuovo vivace aumento pari al 13% a prezzi costanti grazie alla forza dell'euro per la maggior parte dell'anno e al minor costo unitario dei mobili importati. La domanda di mobili di fattura estera sta interessando in larga misura i prodotti cinesi, ma non sono da trascurare gli aumenti registrati dalle importazioni provenienti da Germania, Austria e Romania.

Secondo i dati dei primi sette mesi del 2005 quindi la Cina conferma la sua posizione di primo fornitore di mobili per l'Italia con una quota del 16% circa sul totale delle

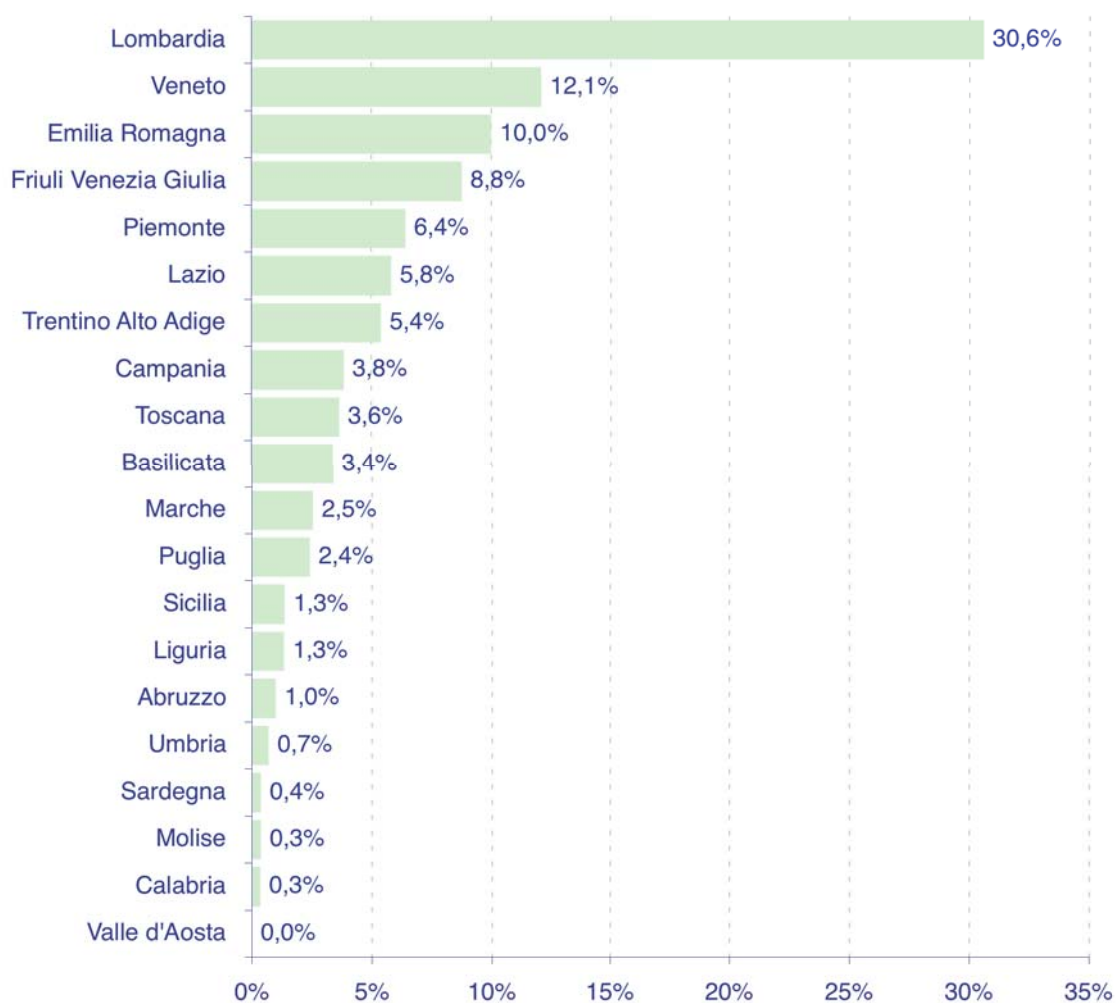
importazioni di mobili e una crescita rispetto ai primi 8 mesi del 2005 del 34% in valore e in quantità.

Box 11. Le importazioni per regioni.

Nel 2004 il 61,4% degli acquisti di mobili all'estero, che in Italia hanno raggiunto il valore di quasi 1.300 milioni di euro, sono stati effettuati in Lombardia (30,6%), Veneto (12,1%), Emilia Romagna (10,0%) e in Friuli Venezia Giulia (8,8%). Per i 112 milioni di euro di importazioni totali di mobili del Friuli Venezia Giulia, data la presenza nella regione di importanti distretti produttivi, potrebbero trattarsi di reimportazioni, di merci cioè che rientrano negli stabilimenti produttivi italiani dopo aver subito lavorazioni all'estero.

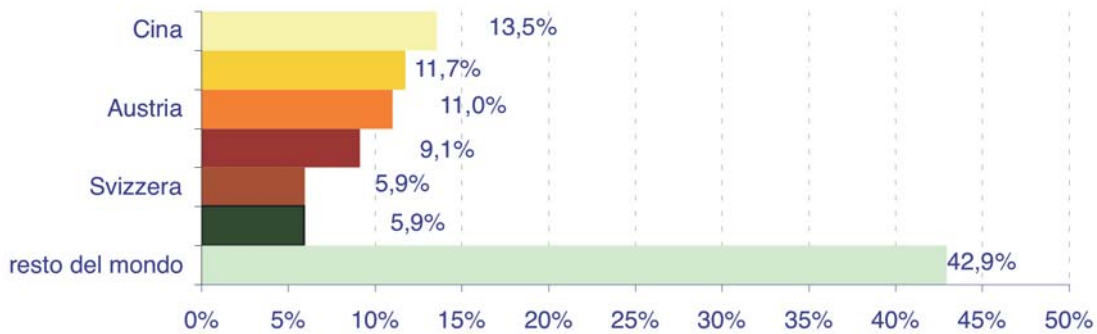
Nel 2004 le prime due regioni importatrici, la Lombardia e il Veneto, hanno segnato, rispetto al 2003 una crescita pari al 18,7 % e al 17,2%. Per il primo semestre del 2005 solo la Lombardia ha confermato questo trend; il Veneto sembra infatti aver rallentato i propri acquisti all'estero registrando un -0,52% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Graf. 2.23 Importazioni di mobili delle regioni italiane, 2004. Quote percentuali su dati in valore



Fonte: elaborazioni Csil su dati Istat

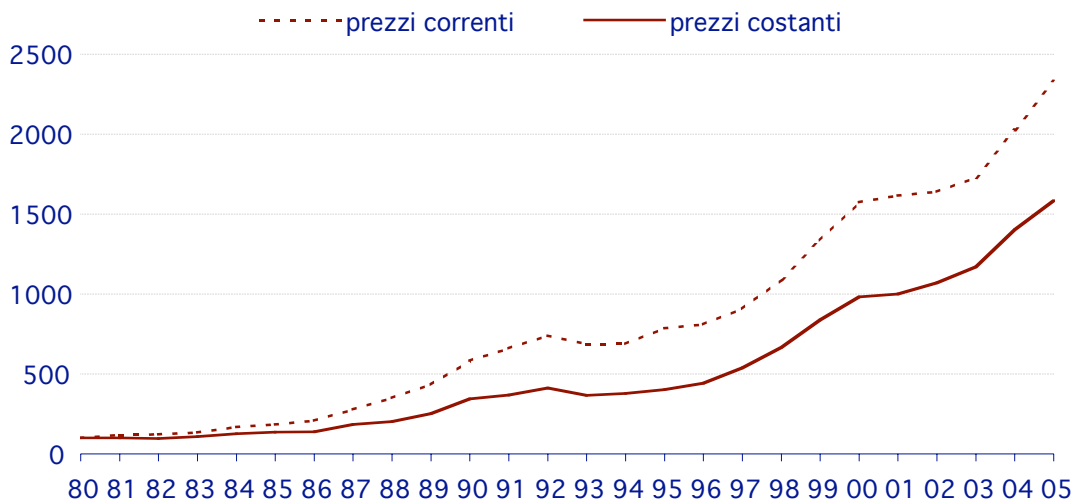
Graf. 2.24 Ripartizione delle importazioni di mobili dell'Italia per principali paesi-partner. Quote percentuali di dati in valore 2004



Fonte: elaborazioni Csil su dati Eurostat

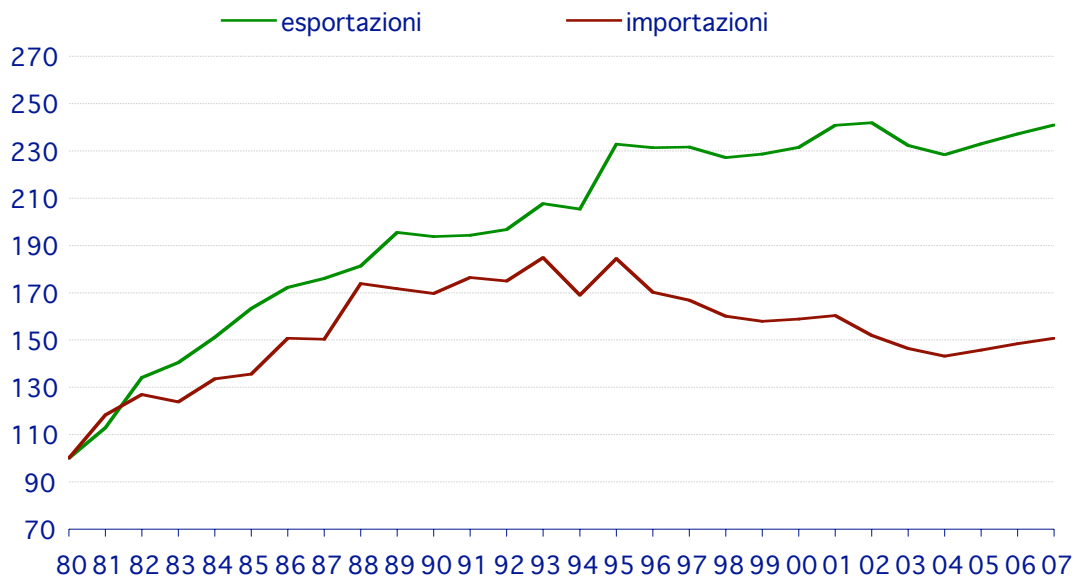
Nel 2006 l'inizio della ripresa dell'economia italiana e della domanda interna e l'ulteriore guadagno di competitività della Cina porteranno ad un nuovo aumento delle importazioni italiane pari al 16% a prezzi costanti. L'anno prossimo quindi la quota delle importazioni sul consumo totale interno salirà al 17% a prezzi costanti (13% a prezzi correnti). Per il 2007 la ripresa della domanda interna, il miglioramento del clima di fiducia delle famiglie e il rafforzamento dell'euro indurranno un nuovo aumento dei flussi in entrata del 18% a prezzi costanti.

Graf. 2.25 Andamento delle importazioni a valori correnti e costanti. Numeri indice base 1980



Fonte: elaborazioni su dati Istat

Graf. 2.26 Andamento dei valori medi unitari delle esportazioni e delle importazioni di mobili. Numeri indice base 1980



Fonte: elaborazioni Csil su dati Istat e Eurostat

Per quanto riguarda i valori medi unitari delle importazioni, i dati definitivi del 2003 e i provvisori del 2004 hanno confermato il trend discendente per i mobili importati dovuto in parte anche all'effetto del rafforzamento dell'euro. I dati dei primi 8 mesi del 2005 mostrano però una risalita dei valori medi unitari probabilmente in seguito all'incremento registrato dalle importazioni da Germania, Austria e Svizzera. Il divario fra gli andamenti dei valori medi unitari di importazioni ed esportazioni sembra mantenersi costante sui livelli degli ultimi anni anche se dopo la battuta di arresto registrata nel biennio 2002-2003 i valori medi unitari delle esportazioni hanno ricominciato a crescere sebbene con incrementi di piccola entità. E' verosimile che tali aumenti siano il segnale di un mutamento nella composizione del mix produttivo verso mobili di maggior valore aggiunto.

Box 12. Importazioni definitive e temporanee.

Per il 2004, lo 0,3% delle importazioni totali è rappresentato dalle reimportazioni, cioè dalla reintroduzione nel territorio nazionale di merci italiane a seguito di una loro temporanea spedizione ad altro Stato allo scopo di perfezionamento. Nel primo semestre del 2005 tale percentuale è passata dallo 0,3% allo 0,7%.

2.4 Prezzi

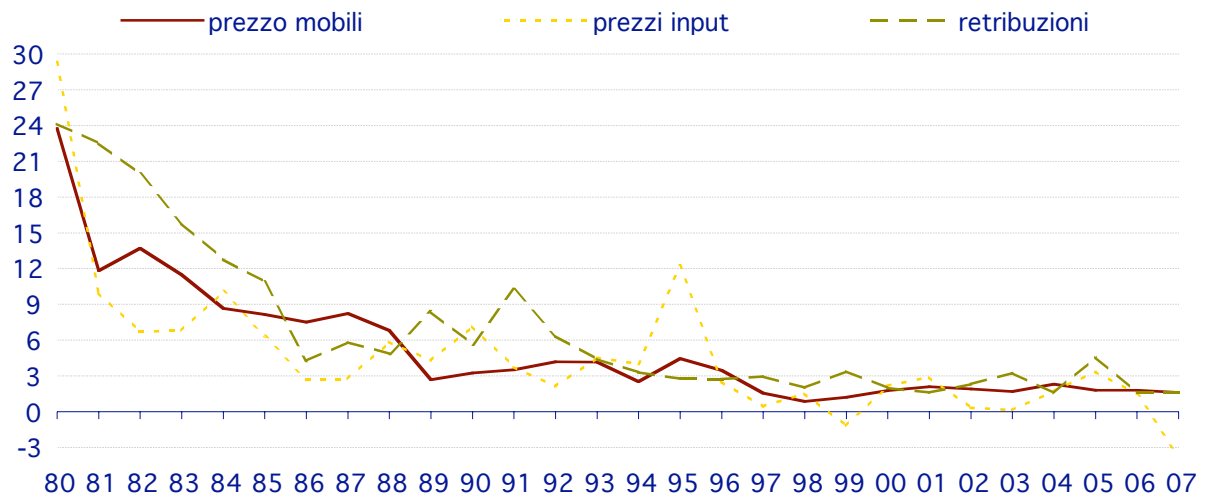
Nel 2005 fattori connessi all'aumento dei prezzi delle materie prime non legnose, dell'energia e delle retribuzioni stanno portando ad un aumento dei prezzi alla produzione intorno all'1,8%.

Nel 2006 ad un lento rientro dei prezzi degli input non energetici e al permanere del tasso di cambio euro dollaro sopra l'1,2, si accompagnerà però un ulteriore aumento delle retribuzioni conseguente agli accordi sulla seconda tranche del contratto nazionale di settore e il permanere del prezzo del petrolio sui livelli prossimi a quelli del 2005.

La ripresa della domanda dovrebbe al contrario esercitare tensioni inflazionistiche che saranno però compensate dall'andamento appunto dei prezzi delle materie e dalla necessità di mantenere la competitività sui mercati esteri e di non deprimere una domanda interna ancora incerta.

Questi fattori presi nel loro insieme, concorreranno nel determinare un nuovo aumento dei prezzi alla produzione intorno all'1,8%.

Graf. 2.27 Andamento prezzi alla produzione dei mobili, prezzi di un paniere di input fisici, salario orario. Variazioni annue percentuali



Fonte: elaborazioni Csil su dati Istat; previsioni Csil, Prometeia

Box 13. Contratto collettivo di lavoro del settore legno, sughero, mobile e boschivi e forestali.

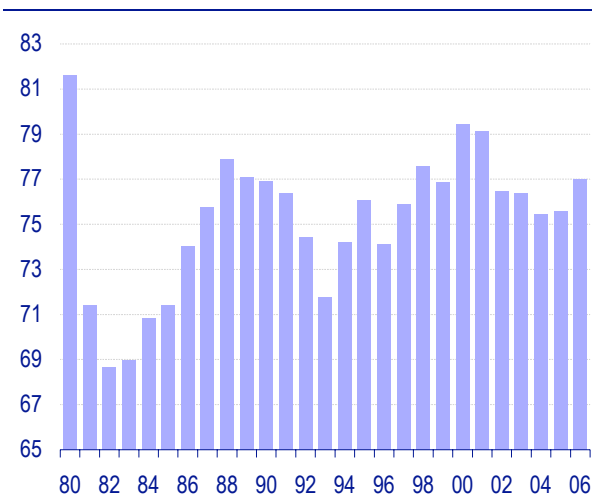
Al luglio 2004 è stato firmato il rinnovo del contratto collettivo nazionale del settore del legno, sughero, mobile e boschi e forestali dopo mesi di trattative. Il contratto ha validità fino al 31 dicembre 2007 e per il primo biennio prevede gli aumenti retributivi riportati nella tabella 2.5 più una tantum di 200 euro. E' stato configurato anche un nuovo sistema di inquadramento articolato in quattro aree che diventerà operativo a partire dal 1 gennaio 2007 con una nuova scala parametrica. Per il secondo biennio incluso nel contratto non è stato ancora raggiunto un accordo ma si ipotizza che le richieste avanzate dai sindacati mirino ad un recupero almeno dell'inflazione reale.

Tab. 2.5 Aumenti retributivi per il biennio 2004-2005. Euro

Categorie	Dal 1.7.2004	Dal 1.1.2005	Dal 1.7.2005	TOTALE
VII	54,18	46,44	26,31	126,93
VI	48,49	41,57	23,56	113,62
V	40,76	34,94	19,79	95,49
IV	36,82	31,57	17,88	86,27
III	35,00	30,00	17,00	82,00
II	31,04	26,61	15,07	72,72
I	26,41	22,65	12,83	61,89

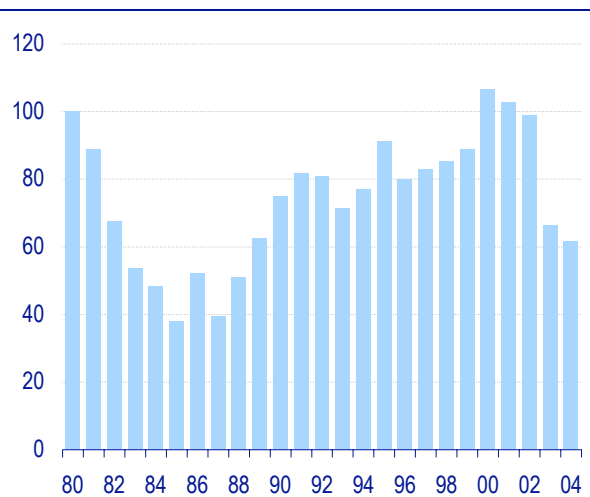
Fonte: CCNL

Graf. 2.28 Grado di utilizzo degli impianti nel settore del mobile. Dati percentuali



Fonte: elaborazioni Csil su dati ISAE

Graf. 2.29 Andamento del consumo interno apparente di macchine per la lavorazione del legno. Numeri indice base 1980=100

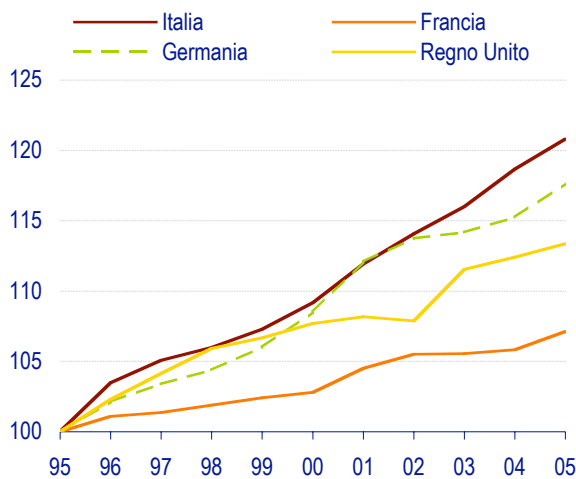


Fonte: elaborazioni Csil su dati Acimall

Rispetto agli altri grandi produttori europei che sono anche tra i principali mercati di destinazione delle esportazioni italiane nel 2005 si è verificato una stazionarietà del divario inflativo come dovrebbe succedere in presenza di una crescita molto debole dei consumi in seguito alla compressione dei listini. Nel 2005 infatti anche la Francia ha mostrato una ripresa dell'aumento dei prezzi rispetto l'anno precedente al di sopra dell'1%, mentre per il Regno Unito l'anno in corso è stato segnato da un aumento dei prezzi alla produzione dei mobili pari a quello del 2004 (+0,8%).

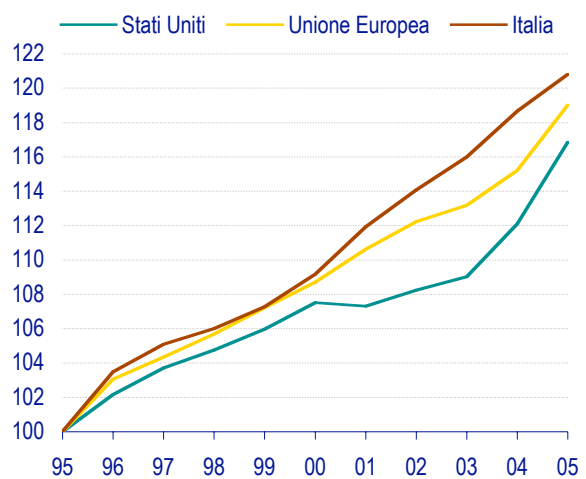
Tra i principali concorrenti solo la Germania e gli Stati Uniti mostrano tassi di crescita dei prezzi alla produzione superiori a quelli dell'Italia che per la prima volta negli ultimi cinque anni mostra un'inflazione inferiore rispetto alla media europea.

Graf. 2.30 Andamento dei prezzi alla produzione dei mobili nei principali paesi europei. Numeri indice base 1995



Fonte: elaborazioni Csil su dati Eurostat

Graf. 2.31 Andamento dei prezzi alla produzione dei mobili in Unione Europea, negli Stati Uniti e Italia. Numeri indice base 1995



Fonte: elaborazioni Csil su dati Eurostat e BLS

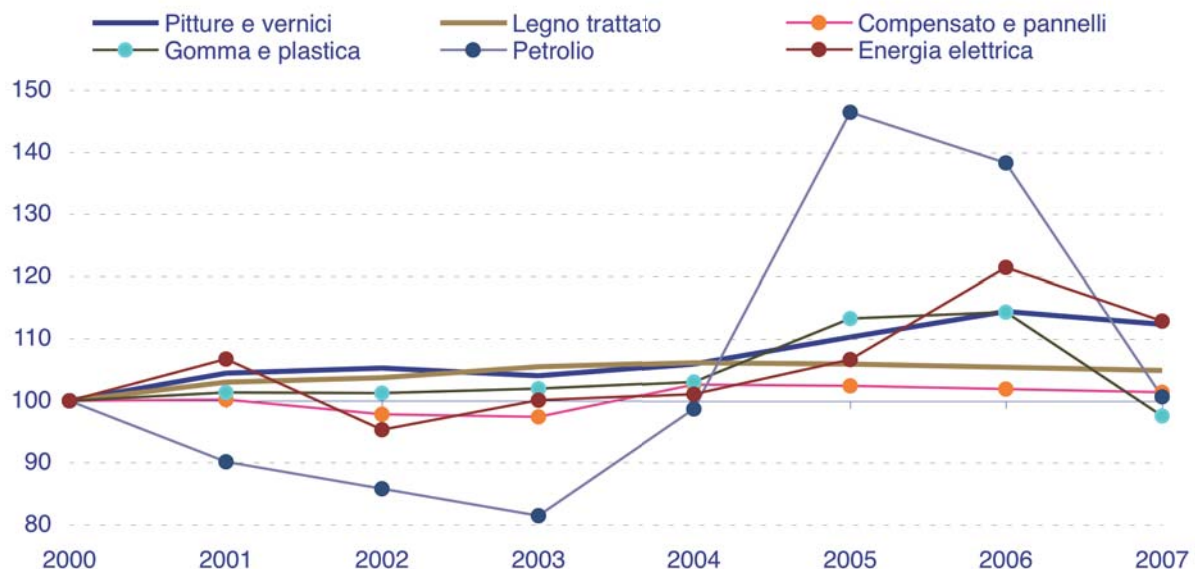
2.5 I prezzi delle materie prime

Sul fronte dei prezzi degli input di base del settore, il 2005 presenta ancora dei rincari che vanno però a colpire per lo più i prodotti non legno utilizzati nella fabbricazione di mobili. In particolare registrano discreti aumenti il vetro, le materie plastiche, le vernici e in genere i prodotti chimici. Sono invece in calo i prezzi del pellame grezzo, del metallo e del legno. Per il 2006 è previsto un reiterarsi degli aumenti dei prezzi all'ingrosso di vetro, pitture e vernici e prodotti chimici, ai quali si aggiungerà una crescita dell'inflazione delle pelli grezze. Le materie plastiche invece subiranno un rallentamento del ritmo di crescita dei prezzi all'ingrosso.

Per quanto riguarda le materie prime energetiche, il 2005 sta mostrando incrementi piuttosto consistenti dei prezzi. Oltre al petrolio che registra aumento del 48% del proprio prezzo e il costo dell'energia elettrica che sale solo del 5/6%, ci sono anche gli incrementi dei prezzi del metano (+21%) e del gasolio con evidenti ripercussioni sui costi di trasporto. Nel 2006 poi mentre il petrolio dovrebbe arrestare la sua corsa al rincaro, il prezzo dell'energia elettrica aumenterà di quasi il 14% e anche il metano continuerà a salire.

Le aziende che non possono modificare i prezzi di listino perché competono con concorrenti esteri vedranno quindi nuovamente ridursi i ricavi con effetti sulla redditività.

Graf. 2.32 Andamento dei prezzi delle materie prime. Numeri indice base 2000



Fonte: elaborazioni Csil

2.6 La Cina, un mercato oltre che un competitor

Una delle domande che circola più frequentemente negli ultimi mesi è "la Cina è una minaccia o una opportunità?". Per il momento nel sentire comune sembra prevalere la prima ipotesi e infatti solo i marchi forti, riconoscibili e soprattutto del lusso riescono al momento a trarre profitti dal mercato cinese, ma vi sono diversi fattori da tenere in considerazione. La Cina è un paese enorme che conta 22 province, 5 regioni autonome, 4 municipalità amministrare centralmente, 666 città, 48mila distretti e con un'economia in rapido e forte sviluppo. Attualmente solo l'1% della popolazione può permettersi di acquistare beni di lusso, ma nel breve periodo tale percentuale è destinata a crescere enormemente fino ad arrivare a rappresentare 100 milioni di individui. Inoltre crescerà anche il numero di individui che disporranno di un salario mensile tra i 2000 e i 5000 euro. Entro 10 anni è probabile che si crei un mercato di consumo di fascia medioalta che potrebbe aggirarsi addirittura attorno ai 200 milioni di persone.

Alcune imprese italiane, hanno anticipato i tempi sbarcando in questo paese anche dieci anni fa, quando il boom era agli inizi, ma anche ora sono poche sia in termini di numerosità assoluta (Tab. 2.6) che in confronto ad altri paesi (Tra le europee sono le aziende tedesche le più presenti. Cfr tab. 2.7).

L'elemento trainante della delocalizzazione in questo paese finora è stata la possibilità di utilizzare manodopera a basso costo, ma da adesso in poi diventa rilevante la presenza di un mercato interno potenziale molto vasto oltre che la vicinanza ai restanti paesi dell'area asiatica.

Tab. 2.6 Italia. Imprese partecipate in Cina.

All'1.01.2004	Numero di imprese	Addetti	Fatturato (mln euro)
Alimentari, bevande e tabacco	24	1.087	113
Sistema moda	51	4.926	260
Prodotti metallo, plastica, chimica etc.	69	3.130	236
Mobili ed altre industrie manifatturiere	14	3.799	338
Autoveicoli e meccanica	122	18.713	1.676
Commercio all'ingrosso	142	470	269
Altri servizi professionali	32	108	58
Altro	20	252	100
Totale	474	32.485	3.050

Fonte: Banca Dati Reprint/ICE/Politecnico

Tab. 2.7 Esportazioni destinate al mercato cinese. Dati in milioni di Euro

		1996	2003	2004
Automobili	Italia	0,3	8,4	8,9
	Germania	111,3	1.667,9	1.023,5
Mobili	Italia	6,8	28,2	24,7
	Germania	5,4	90,6	99,7

Fonte: Elaborazioni Csil su dati Eurostat

La Cina sta cambiando anche sotto il profilo produttivo: cominciano ad affermarsi centri di ricerca e sviluppo di eccellenza, vi sono scuole di specializzazione tecnica e manageriale che, come il Ceibs di Shanghai e le aziende cinesi ora progettano, fanno design industriale. E cominciano a far sentire la concorrenza anche su prodotti non solo di fascia bassa. Sebbene infatti il costo dei fattori produttivi sia destinato a rimanere notevolmente inferiore ai livelli europei, la tecnologia è in continuo aumento e la Cina continua in tutti i modi a cercare di attrarre capitali stranieri. Mentre prima era obbligatorio creare una jointventure con un partner locale, ora è possibile aprire anche una Wofe (Wholly Owned Foreign Enterprise).

Andare a produrre e vendere in Cina è meno semplice che farlo in Romania. Alla diversità culturale, infatti, si sommano anche difficoltà oggettive, come la distanza, l'ingerenza ancora forte del potere politico e amministrativo. Oppure, la difficoltà a far rispettare la proprietà intellettuale.

Le imprese del settore del mobile fino ad ora hanno sfruttato solo marginalmente queste possibilità sul territorio cinese. Partendo dalla forma più semplice di penetrazione, le esportazioni italiane in Cina ammontano a meno di 25 milioni e rappresentano una quota irrisoria sul totale delle nostre vendite estere. La Germania al contrario esporta quasi 100 milioni di euro oltre ad essere maggiormente presente in loco.

Non sappiamo con certezza quante aziende del settore abbiano effettuato una delocalizzazione produttiva in Cina ma le imprese partecipate sicuramente sono un numero inferiore a 14 (Tab 2.6).

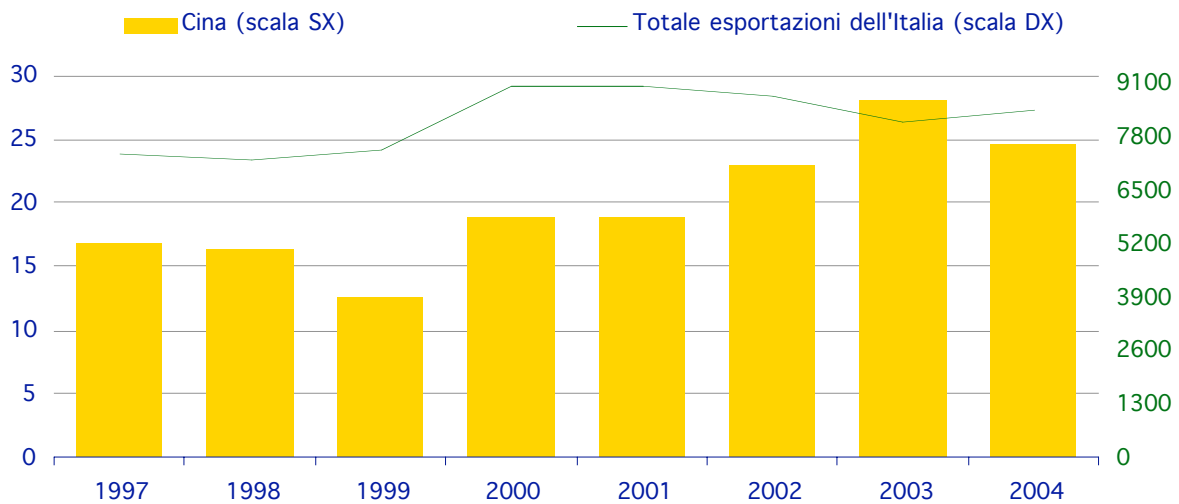
La presenza italiana sul territorio cinese è quindi ancora molto limitata e vi è un ampio margine di miglioramento.

La Cina è invece sicuramente meglio inserita sul mercato italiano: le importazioni di mobili dalla Cina ammontano nel 2004 a più di 150 milioni di euro e rappresentano il 13,5% del totale delle importazioni italiane. Negli ultimi 8 anni sono cresciuti a ritmi molto vivaci e i dati preliminari del 2005 mostrano che tale tendenza non si sta smorzando.

L'apertura del mercato interno italiano ai mobili di importazione e cinesi in particolare si innesta in un processo strutturale che sta interessando l'intero settore a livello internazionale e anzi l'Italia, rispetto alle altre realtà significative, presenta ancora un grado di penetrazione dei mobili importati piuttosto basso (la media mondiale è infatti il

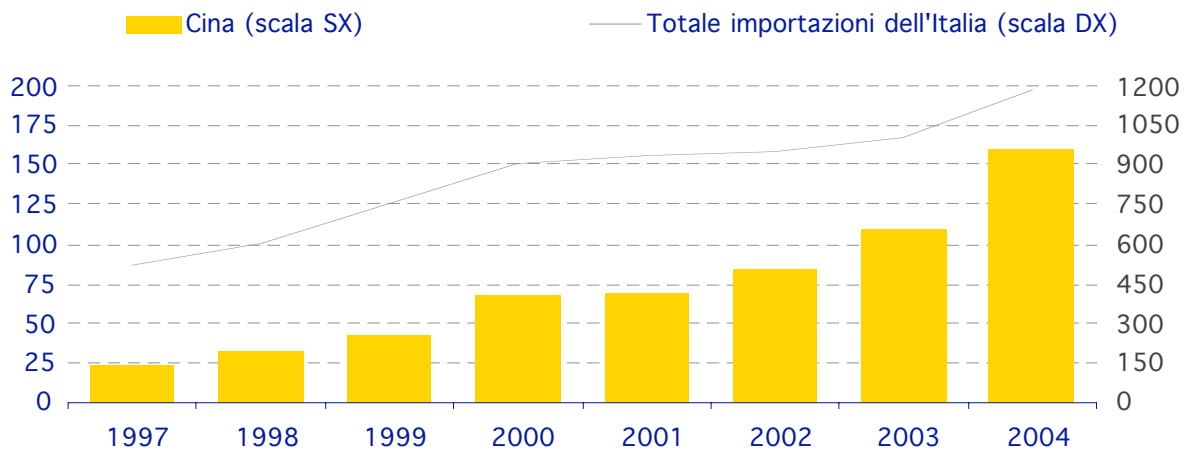
30%). Se da un lato quindi l'aumento delle importazioni spaventa, dall'altro bisogna tenere conto che finora l'Italia è rimasta un mercato piuttosto chiuso e che comunque continuiamo a mantenere dei vantaggi comparati non indifferenti rispetto alla Cina (cfr. Box.14).

Graf. 2.33 Esportazioni dell'Italia in Cina. Milioni di Euro



Fonte: elaborazioni Csil

Graf. 2.34 Importazioni dell'Italia dalla Cina. Milioni di Euro



Fonte: elaborazioni Csil

Box 14. I vantaggi comparati

L'errore più comunemente diffuso a proposito della minaccia esercitata dalla Cina nei confronti delle produzioni nazionali insorge a causa di una confusione fra vantaggi assoluti e vantaggi comparati. La Cina infatti presenta vantaggi assoluti in molte produzioni ma non può presentare vantaggi comparati in tutti i settori. Rivediamo a scopo esemplificativo quanto David Ricardo già nel 1817 aveva dimostrato a questo riguardo. Se all'interno di un paese esistono differenze di produttività, la specializzazione e lo scambio diventano vantaggiosi. Lo stesso vale fra un paese e un altro e gli scambi internazionali sono un modo per trasformare un bene in un altro. Il principio ricardiano del vantaggio comparato dimostra che il commercio fra due paesi è reciprocamente proficuo anche se uno dei due ha vantaggi assoluti in tutti i settori.

Consideriamo due paesi X e Y che producono il bene A e il bene B e che con una unità di risorse possono produrre rispettivamente le unità riportate nella tabella 2.8. Al paese X quindi conviene specializzarsi nel bene A mentre il paese Y si specializzerà nel bene B. Se ciascun paese trasferisce una unità di risorse nella produzione del bene in cui ha più vantaggi la situazione sarà quella riportata nella tabella 2.9 e nell'insieme la produzione dei due paesi (Mondo) sarà aumentata. Supponiamo ora che il paese X decuplichi la sua produttività e che con una unità di risorse possa produrre adesso 100 unità del bene A e 60 del bene B (tab.2.10). Il paese X adesso ha vantaggi assoluti sia per il bene A che per il bene B, ma i vantaggi comparati sono diversi. Se il paese X trasferisse 0,10 unità nella produzione del bene A e il paese B una unità nel bene B ci ritroveremmo nuovamente nella situazione espressa nella tabella 2.9 con un beneficio per entrambi i paesi. E' possibile rivedere il ragionamento anche dal lato del costo opportunità che rappresenta il rapporto fra i costi unitari del bene A e del bene B ovvero a quanto si rinuncia di un bene per produrne un altro. Ciascun paese si specializzerà nel bene in cui ha il minore costo opportunità ovvero quanto detto sopra: il paese X nel bene A e il paese Y nel bene B. Supponiamo nuovamente di utilizzare una risorsa in più per produrre il bene in cui il paese si è specializzato e si ripresenta sempre un miglioramento della situazione a livello globale (tab. 2.11). Finché esiste una differenza di efficienza relativa, quindi, ogni paese avrà un vantaggio comparato per alcune merci ed uno svantaggio comparato in altre. Conseguentemente si ricaveranno forti benefici dallo specializzarsi nelle merci in cui si gode di un vantaggio comparato scambiandole con le merci in cui l'altro paese ha a sua volta un vantaggio comparato. Entrambi i paesi ne beneficiano, la remunerazione dei fattori di produzione migliora e il totale della produzione mondiale aumenta.

Tab. 2.8 Pre-Specializzazione con vantaggi assoluti reciproci.

	Bene A	Bene B
Paese X	10	6
Paese Y	5	10

Fonte: Csil

Tab. 2.9 Specializzazione con vantaggi assoluti reciproci.

	Bene A	Bene B
Paese X	+10	-6
Paese Y	-5	+10
Mondo	+5	+4

Fonte: Csil

Tab. 2.10 Specializzazione con vantaggi comparati.

	Bene A	Bene B
Paese X	100	60
Paese Y	5	10

Fonte: Csil

Tab. 2.11 Costo opportunità.

	Bene A	Bene B
Paese X	100	60
Costo opportunità	$60/100= 0,6$ unità di B	$100/60=1,67$ unità di A
Paese Y	5	10
Costo opportunità	$10/5=2$ unità di B	$5/10=0,5$ unità di A

Fonte: Csil

Tab. 2.12 Specializzazione con costo opportunità

	Bene A	Bene B
Paese X	+1	-0,6
Paese Y	-0,5	+1
Mondo	+0,5	+0,4

Fonte: Csil

PARTE II

LE TENDENZE NEI COMPARTI PRODUTTIVI NEL 1999-2006

3. Le tendenze nei comparti produttivi nel 1999-2006

Introduzione

Le serie presentate in questo Rapporto sono le serie pubblicate nei Rapporti Trend per quei comparti permanentemente monitorati da Csil. Si possono quindi riscontrare incongruenze con i valori diffusi dall'Istat sia a causa di differenze nelle aggregazioni di prodotti considerate, sia in relazione alla diversità dei campioni di imprese intervistate.

I comparti qui di seguito considerati sono i seguenti:

mobili per la cucina

mobili imbottiti

mobili per la casa (mobili zona notte, soggiorni, tavoli e sedie, mobili per il bagno e per esterni, ecc.)

mobili per l'ufficio

Anche per i singoli comparti abbiamo cercato di costruire un modello econometrico simile a quello utilizzato per il settore nel suo complesso, ma la mancanza di serie storiche sufficientemente lunghe e coerenti per le variabili settoriali ha reso il lavoro molto difficoltoso e permesso la creazione di modelli ancora molto semplici. Tuttavia alla luce delle analisi svolte con questo lavoro di ricerca è stato possibile delineare in linea di massima l'evoluzione dei principali segmenti produttivi per il 2005 e il 2006.

Nell'analizzare questi dati va però tenuto conto che l'errore nella previsione di crescita del settore del mobile nel suo complesso è inferiore a quello commesso nel prevedere le sue componenti: infatti, tanto più si scende nel dettaglio e meno i movimenti delle singole componenti tendono a compensarsi. Inoltre valgono anche per i comparti tutte le ipotesi di base specificate per le previsioni del settore del mobile in generale.

Per il 2005 l'errore di previsione è stato più marcato per i segmenti produttivi maggiormente esposti sui mercati internazionali.

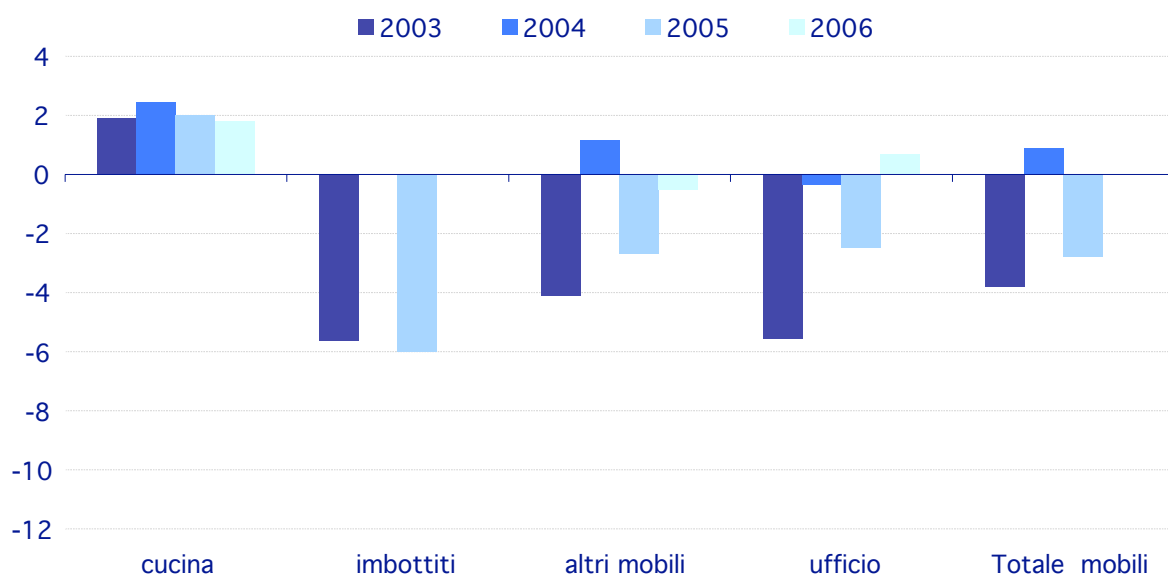
3.1 Uno sguardo d'insieme

Dopo la breve parentesi del 2004, il settore del mobile chiuderà il 2005 con una nuova diminuzione della produzione. Nell'anno in corso infatti l'unico comparto che ha registrato performance decisamente superiori alla media e positive è stato quello dei mobili per la cucina, mentre i mobili imbottiti e gli altri mobili per la casa hanno risentito di una minore domanda sia interna sia estera.

La domanda interna rivolta ai mobili italiani è risultata debole soprattutto per i mobili imbottiti, mentre la domanda estera ha presentato un andamento fiacco in particolare sia per i mobili per zona giorno e per la zona notte che per i mobili imbottiti.

Nel 2006 il tasso di crescita dell'offerta dell'intero settore sarà nullo: solo i mobili per la cucina presenteranno un aumento della produzione (+1,8% a prezzi costanti) mentre i restanti prodotti per la casa subiranno una flessione seppur modesta. La domanda interna infatti rimarrà ancora debole e anche gli ordini dall'estero presenteranno solo un modesto aumento.

Graf. 3.1 Produzione di mobili per comparti, 2003-2006. Variazioni a prezzi costanti



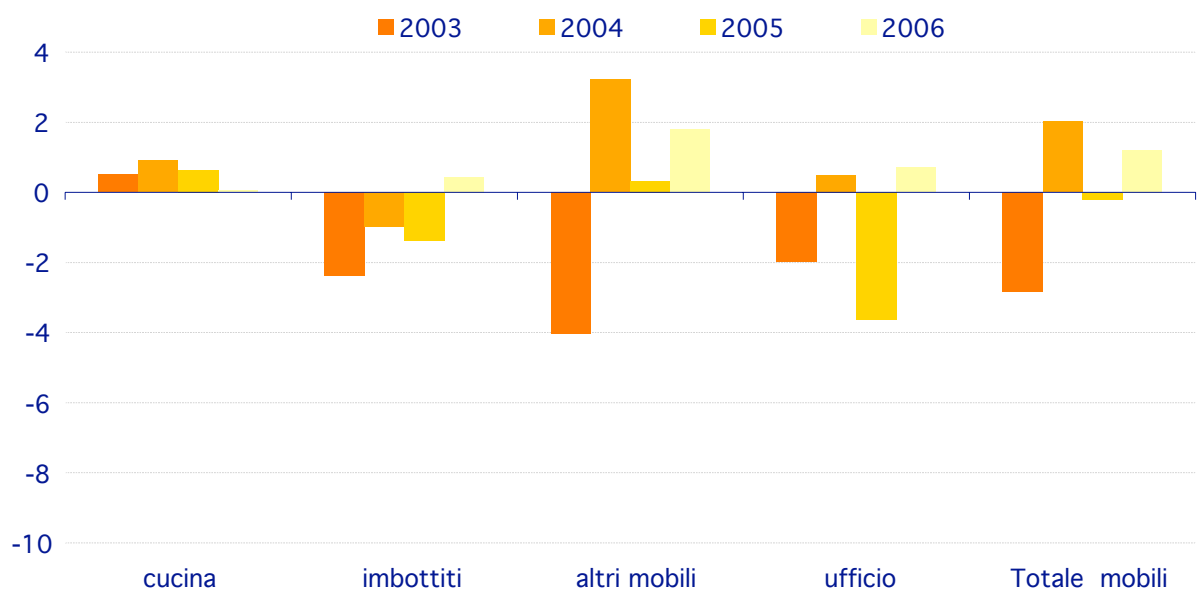
Fonte: elaborazioni Csil

Nota: dati 2003-2004 consuntivi; 2005-2006 previsioni

Il consumo interno nel 2005 si manterrà sui livelli del 2004 in termini reali. Nel dettaglio si sta assistendo ad un debole miglioramento la domanda di mobili per la casa e per la cucina rispetto al 2004.

Per il 2006 è previsto un aumento moderato del consumo interno dell'1,2% a prezzi costanti; i mobili per la cucina saranno interessati da un tasso di crescita più basso rispetto alla media del settore, ma ancora positivo seppur di poco, mentre i mobili per la casa registreranno un aumento più deciso che dovrebbe consentire un ritorno del consumo a prezzi costanti sui livelli del 2002. Anche i mobili per ufficio presenteranno un aumento delle vendite sul mercato interno dopo la caduta del 2005. I mobili imbottiti presenteranno una crescita dei consumi positiva ma al di sotto della media del settore.

Graf. 3.2 Consumo interno di mobili per comparti, 2003-2006. Variazioni a prezzi costanti



Fonte: elaborazioni Csil

Nota: dati 2003-2004 consuntivi; 2005-2006 previsioni

Tab. 3.1 Andamento per i comparti produttivi, 2005. Variazioni a prezzi costanti

	Produzione	Consumo	Esportazioni	Importazioni
Mobili per la cucina	2,0	0,6	8,0	12,0
Mobili imbottiti	-6,0	-1,4	-8,0	18,0
Mobili per la casa	-2,7	0,3	-2,7	12,7
Mobili per ufficio	-2,5	-3,6	1,2	9,0
Totale mobili	-2,8	-0,2	-3,4	13,0

Fonte: elaborazioni Csil, pre-consuntivi

Per quanto riguarda la domanda estera, come già ricordato nella parte I, il 2005 si chiuderà con una diminuzione delle esportazioni del 3,4% a prezzi costanti. Nei primi otto mesi del 2005, i dati sul commercio estero segnalano flessioni delle esportazioni italiane di mobili imbottiti e mobili per la casa mentre sembrano godere di buona salute le vendite all'estero di mobili per la cucina e in misura minore i mobili per ufficio. A fine anno mentre i mobili per la cucina e per l'ufficio riusciranno confermare i risultati dei primi mesi, per i mobili per la casa e per i mobili imbottiti le esportazioni diminuiranno a prezzi costanti rispettivamente dell'8% e del 2,7%.

Per il 2006 è invece previsto un debole aumento delle esportazioni che interesserà tutti i comparti, ma saranno solo i mobili per la cucina e i mobili per l'ufficio a crescere al di sopra della media del settore.

La crescita delle importazioni invece sta continuando nel 2005 per tutti i comparti del settore e anche nel 2006 non vi sono ragioni perché tale tendenza si inverta. In particolare continueranno ad aumentare sopra la media le importazioni di mobili imbottiti, il cui grado di penetrazione sul consumo interno rimane ancora in linea con la media di settore.

Tab. 3.2 Previsioni per i principali comparti produttivi, 2006. Variazioni a prezzi costanti

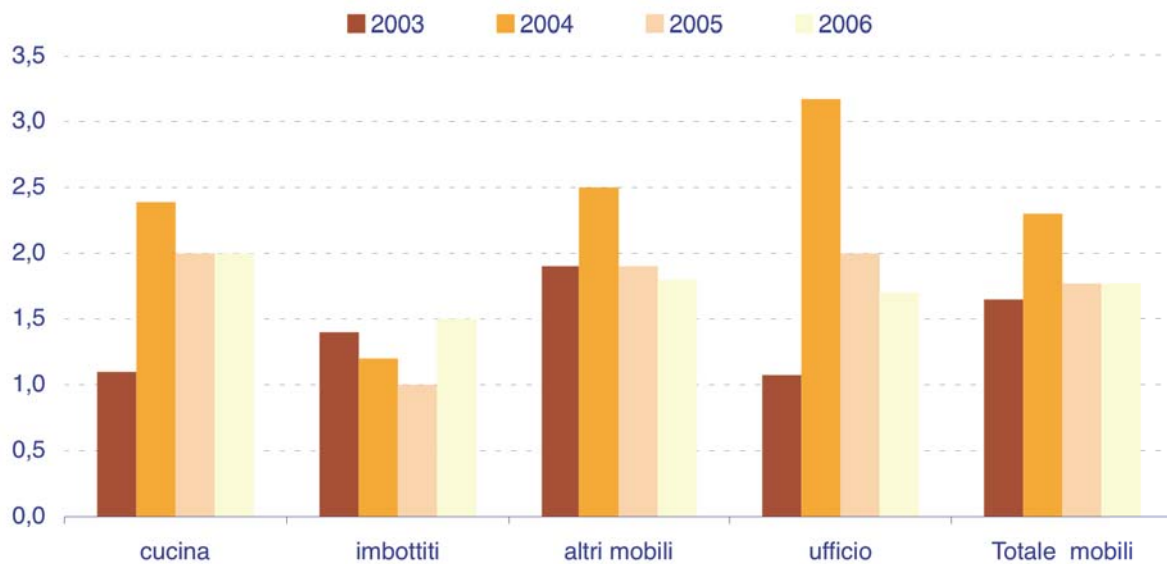
	Produzione	Consumo	Esportazioni	Importazioni
Mobili per la cucina	1,8	0,1	9,0	14,0
Mobili imbottiti	0,0	0,4	1,0	20,0
Mobili per la casa	-0,5	1,8	1,1	15,9
Mobili per ufficio	0,7	0,7	2,0	10,0
Totale mobili	0,0	1,2	1,6	16,0

Fonte: elaborazioni Csil, previsioni

Sul fronte dei prezzi il 2005 è caratterizzato da spinte inflazionistiche dei prezzi alla produzione determinate da fattori connessi all'aumento dei prezzi delle materie prime non legnose, dell'energia e delle retribuzioni. In crescita più decisa rispetto alla media si confermano i prezzi alla produzione dei mobili per l'ufficio e dei mobili per la cucina, mentre i mobili imbottiti hanno registrato un minore aumento dovuto probabilmente alla necessità di mantenere la competitività sia sul mercato interno che sui mercati esteri dove già l'apprezzamento dell'euro aveva creato notevoli problemi negli anni passati. Anche i mobili per la casa hanno mostrato un rialzo più deciso dell'inflazione alla produzione in seguito in particolare all'aumento di alcune materie prime non legnose.

Nel 2006 gli aumenti dei prezzi interesseranno nuovamente in misura inferiore i mobili imbottiti mentre i mobili per la cucina e per l'ufficio si confermeranno come i segmenti più soggetti agli incrementi di prezzi.

Graf. 3.3 Prezzi dei mobili per comparti, 2003-2006. Variazioni a prezzi costanti



Fonte: elaborazioni Csil

Nota: dati 2003-2004 consuntivi; 2005-2006 previsioni

3.2 Mobili per la cucina

3.2.1 Produzione

Nel 2005 i mobili per la cucina rappresentano poco meno del 14% della produzione del settore del mobile e sono destinati quasi esclusivamente al mercato interno (79% del fatturato è realizzato in Italia).

Nel 2005 la produzione di questo comparto sta registrando, a pre-consuntivo, una crescita a prezzi costanti pari al 2% rispetto al 2004, presentando quindi l'unico tasso positivo di sviluppo dell'offerta dell'intero settore. Motore della crescita sono state le esportazioni mentre la domanda interna ha registrato solo una leggera variazione positiva. Va però segnalato che le importazioni pur rappresentando ancora una bassa percentuale del totale del mercato interno continuano a crescere con tassi a due cifre sebbene in decelerazione rispetto al 2004.

Per il 2006, i dati a disposizione, fanno presagire una tenuta della crescita intorno all'1,8% a seguito di una tenuta della domanda interna sui livelli dell'anno passato e di un nuovo forte aumento delle esportazioni.

La dinamica positiva del comparto ha determinato anche un forte incremento della produttività per addetto: si è passati dai 116.000 euro pro-capite nel 1994 ai 165.000 del 2004 nonostante un trend positivo del numero degli impiegati nel settore nel corso degli anni. Presumibilmente, la crescita del fatturato si è accompagnata ad un processo di razionalizzazione e modernizzazione delle imprese che ha reso estremamente fruttuosi gli investimenti compiuti sia in ambito di efficienza dei processi produttivi che per quanto riguarda le risorse umane (soprattutto nelle aree commerciali e marketing).

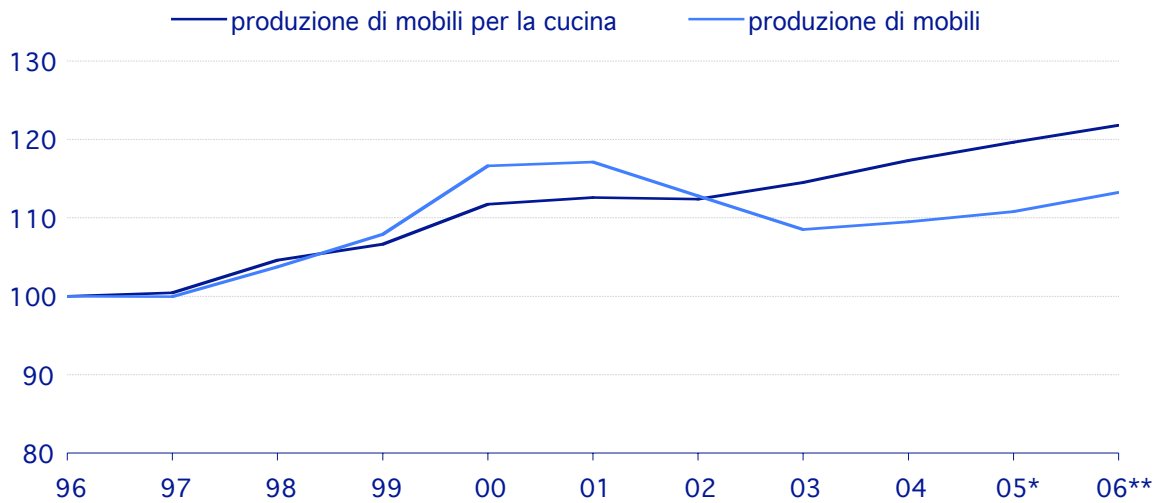
Tab. 3.3 Previsioni mobili per la cucina. Variazioni annue percentuali

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Variazioni a prezzi costanti						
Produzione	0,8	-0,2	1,9	2,5	2,0	1,8
Consumo interno (1)	-2,1	0,5	0,5	0,9	0,6	0,1
Esportazioni	15,5	-3,4	7,6	10,2	8,0	9,0
Importazioni	-14,8	-0,1	-14,6	20,7	12,0	14,0
Variazioni percentuali						
Prezzi alla produzione	2,0	2,1	1,1	2,4	2,0	2,0

Fonte: elaborazioni Csil; 2001-2004 consuntivi; 2005- 2006 previsioni Csil

Note: (1) somma del valore della produzione e delle importazioni, meno il valore delle esportazioni

Graf. 3.4 Andamento della produzione di mobili per la cucina 1996-2006. Numeri indice base 1996=100



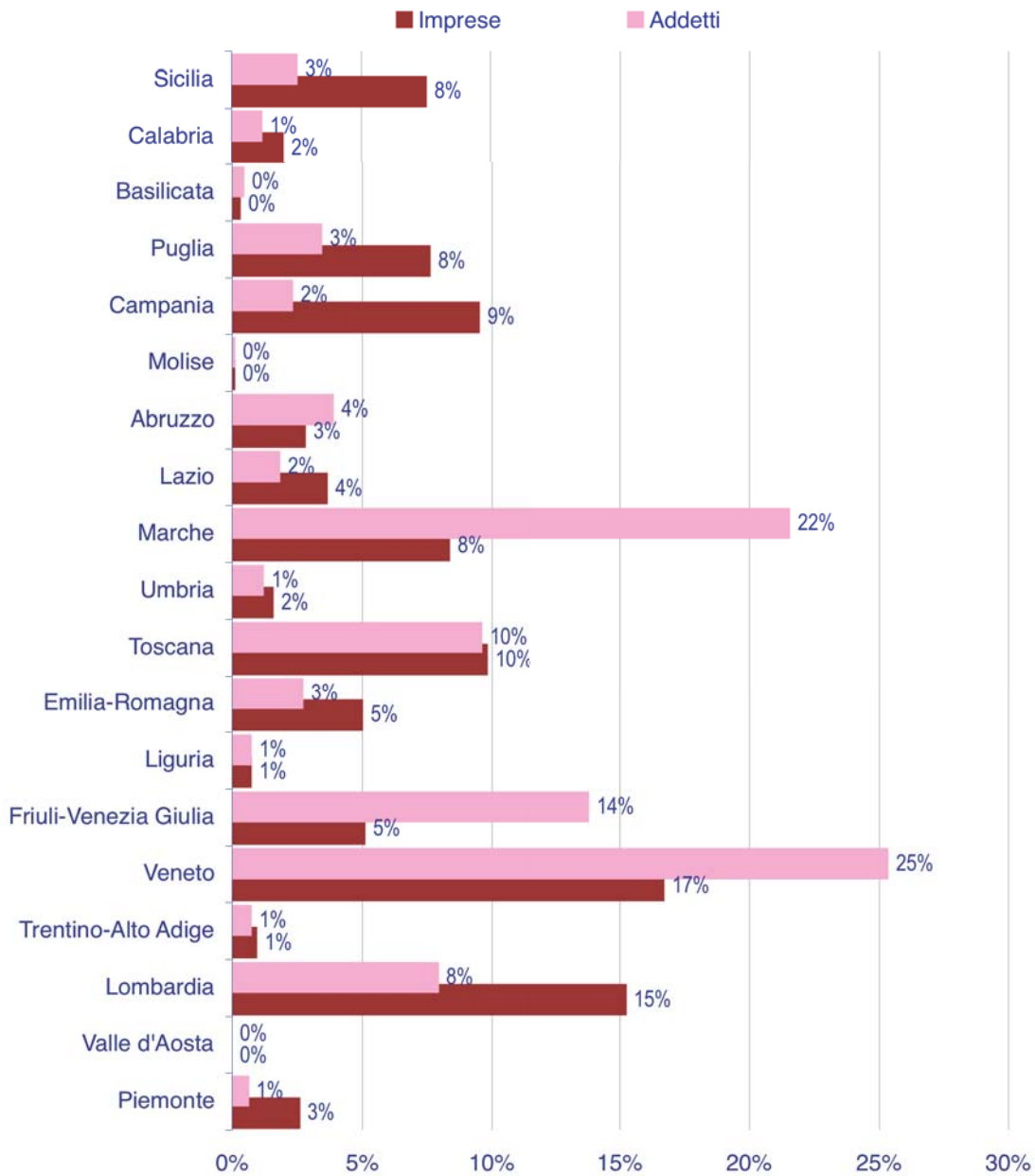
Fonte: elaborazioni Csil

Nota: (*) pre-consuntivi, (**) previsioni

Le imprese appartenenti al settore dei mobili per cucina nel 2004 hanno investito mediamente una quota pari al 9% del fatturato. In particolare sono risultate in crescita le spese relative alla promozione mentre in calo gli investimenti in macchinari e in ambito produttivo in generale. Gli investimenti dedicati alla vendita e promozione di cucine crescono in misura più che proporzionale al fatturato già da qualche anno e nel 2004 risultano avere un peso davvero significativo.

Probabilmente, in questa fase di espansione dei mercati, le imprese puntano molto sul supporto alle attività commerciali per garantire un presidio dei mercati sia interni che esteri. D'altra parte le aziende non trascurano la progettazione di ambienti sempre più attrattivi e con forte contenuto innovativo.

Graf. 3.5 Imprese e addetti per regioni. Ripartizione percentuale



Fonte: elaborazioni Csil su dati Istat, Censimento dell'Industria e dei Servizi 2001.

3.2.2 Consumo

Nel 2005 i consumi di mobili per la cucina stanno registrando un aumento dello 0,6% a prezzi costanti. Il livello dei consumi non alimentari delle famiglie si è avvicinato ad una crescita dell'1,1%, ma come ricordato per il settore del mobile nel suo complesso, la propensione alla spesa delle famiglie italiane risulta ancora frenata dalla perdurante incertezza sulle prospettive dell'economia italiana e dei conti pubblici. Le prospettive di sviluppo del potere d'acquisto portano ad una maggiore cautela nelle spese soprattutto a breve termine e sempre più famiglie preferiscono incrementare il loro risparmio in attesa di vedere come si evolverà la situazione economica generale.

Tra le altre variabili che influenzano l'acquisto di mobili per la cucina ha una certa importanza anche l'andamento degli investimenti in edilizia residenziale che continuano ad attraversare un momento positivo anche se con tassi di crescita in rallentamento rispetto agli anni precedenti.

Per il 2006 si stima che le vendite in Italia di mobili per la cucina non aumenteranno a prezzi costanti. L'andamento di alcune variabili socio demografiche e macroeconomiche, quali il reddito disponibile, i consumi non alimentari, il numero di matrimoni e di nuove famiglie presenteranno dinamiche positive ma non tali da consentire un nuovo deciso aumento. Le imprese stanno comunque continuando gli sforzi realizzati in termini di innovazione di prodotto e ricerca di un buon compromesso tra design e funzionalità. D'altra parte la situazione economica critica in cui si trova l'Italia ormai da molti mesi ha contribuito a modificare in parte i consumi degli italiani, diventati sicuramente più prudenti e più attenti ai propri acquisti. Di tale situazione ha naturalmente risentito anche il mercato dei mobili per cucina, dove parte degli acquisti relativi a prodotti di fascia medio-alta e alta hanno lasciato il posto a quelli di prodotti belli ma più economici.

Tab. 3.4 Principali variabili di riferimento per l'analisi dei consumi interni di mobili per la cucina. Variazioni annue percentuali a prezzi costanti

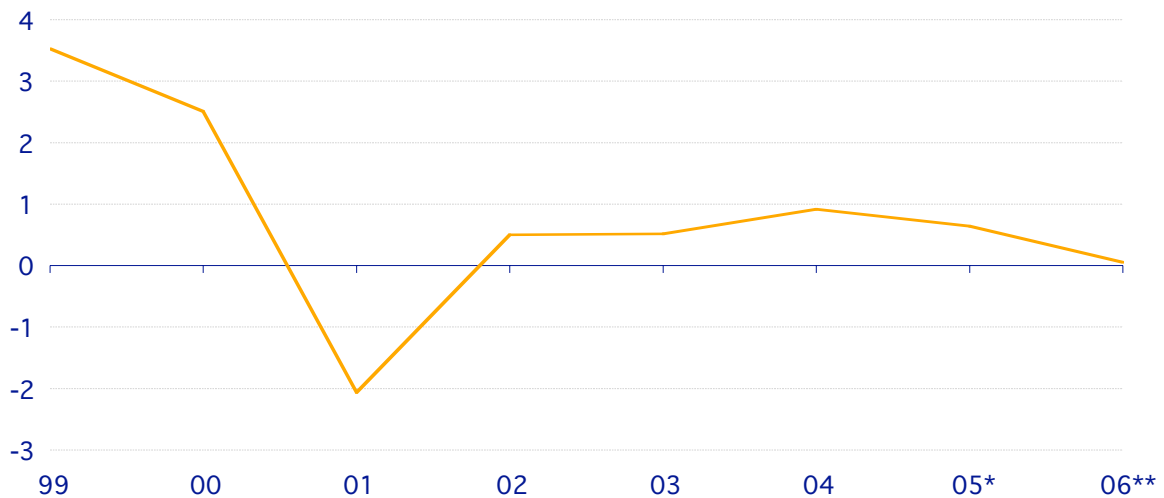
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	2006**
Consumo mobili per cucina	3,5	2,5	-2,1	0,5	0,5	0,9	0,6	0,1
consumi interni non alim. famiglie	3,2	3,6	1,0	0,1	1,6	1,2	1,1	1,0
reddito disponibile delle famiglie	0,4	2,0	1,9	1,5	1,5	1,8	1,9	1,5
famiglie	1,5	2,2	1,4	0,8	0,7	0,6	0,3	n.d
investimenti in nuove abitazioni	1,9	5,3	3,0	2,5	4,3	4,5	2,5	1,4
investimenti in rinnovo	8,0	6,5	1,9	0,8	0,9	5,0	0,8	1,0
Investimenti in edilizia residenziale	1,9	5,3	2,8	4,1	2,3	2,9	1,4	1,8

Fonte: elaborazioni Csil su dati Istat, Prometeia e Ance

Nota: * pre-consuntivi

** previsioni

Graf. 3.6 Consumo interno di mobili per la cucina, 1999-2006. Variazioni a prezzi costanti



Fonte: elaborazioni Csil

Nota: (*) pre-consuntivi, (**) previsioni

3.2.3 Interscambio commerciale

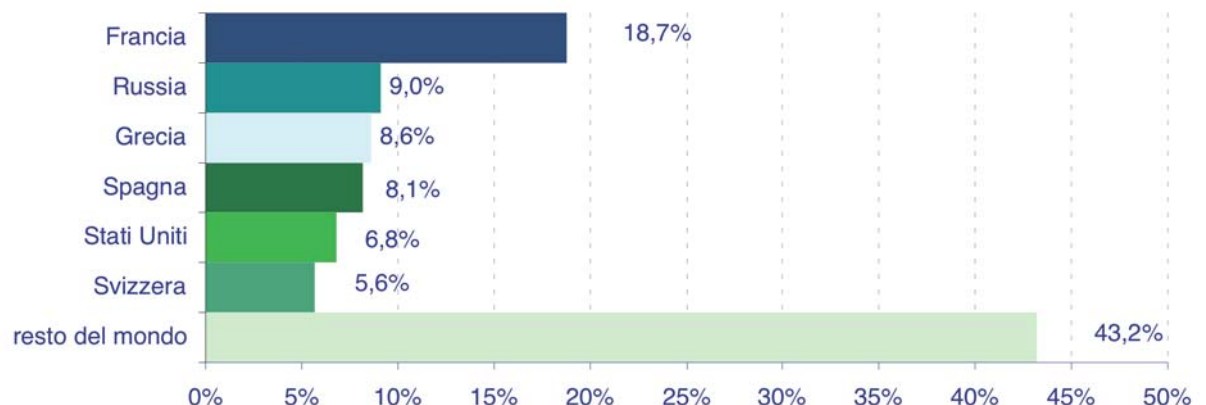
Nel 2004 le esportazioni di mobili per la cucina hanno continuato lungo il sentiero di crescita intrapreso nel 2000 e che si era interrotto solo per una breve parentesi nel 2002. Il fatturato estero rappresenta ancora solo il 21% del totale delle vendite dei produttori italiani, ma data la difficoltà intrinseca al prodotto mobili per la cucina ad essere esportato, questa quota rappresenta già un buon successo.

Gli investimenti effettuati per avere un'organizzazione commerciale efficiente, partnership con distributori locali, una flessibilità produttiva per il rispetto di tempi di consegna e volumi richiesti stanno dando i loro frutti in diversi paesi.

In primo luogo è stato significativo l'aumento registrato dalle esportazioni verso la Francia e la Grecia: +16% a prezzi correnti. Sono ritornate a crescere anche le esportazioni verso la Russia che è così diventata il secondo mercato estero in termini di dimensione per i mobili per la cucina italiani. Tra i paesi europei sono da segnalare anche gli incrementi registrati sul mercato spagnolo e tedesco, mentre all'esterno dell'area euro l'Italia ha guadagnato quote anche negli Stati Uniti.

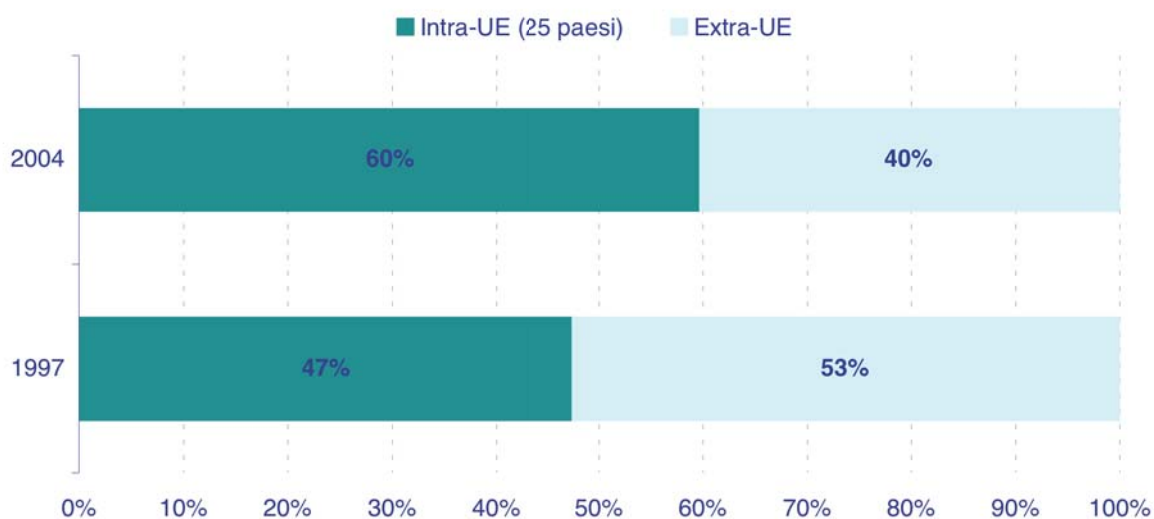
I dati per i primi 8 mesi del 2005 mostrano un nuovo significativo aumento delle vendite in Spagna, Russia e Stati Uniti, mentre la Francia ha rallentato il proprio ritmo di acquisti di cucine italiane rispetto allo stesso periodo del 2004.

Graf. 3.7 Destinazione delle esportazioni di mobili per la cucina, 2004. Quote percentuali su dati in valore



Fonte: elaborazioni Csil su dati Eurostat

Graf. 3.8 Esportazioni di mobili per la cucina. Ripartizione tra paesi intra-EU (25 paesi) ed extra-UE. Quote percentuali su dati in valore



Fonte: elaborazioni Csil su dati Eurostat

Per il 2005 si conferma quindi una nuova crescita del mercato russo e del mercato spagnolo; anche la domanda francese e greca continueranno ad aumentare anche se a tassi più moderati. Per quanto riguarda la componente della domanda estera proveniente dai paesi appartenenti all'area dollaro che rappresentano il 40% del totale delle esportazioni italiane, il permanere del tasso di cambio dell'euro su valori prossimi all'1,25 rispetto al dollaro dovrebbe limitare il potenziale di crescita delle vendite. Per l'anno in corso, quindi, si prospetta un'ulteriore crescita dell'8% a prezzi costanti delle esportazioni grazie alla tenuta della domanda mondiale. Nel 2006 le prospettive sui mercati spagnolo, statunitense e russo si presentano ancora piuttosto buone e anche la Grecia potrebbe

continuare a fornire un contributo positivo nella domanda estera. Si prevede quindi una ulteriore crescita delle esportazioni del 9% a prezzi costanti.

Andamento delle quote di mercato e principali competitori

Nel comparto dei mobili per la cucina, l'Italia non ha perso quote di mercato nei primi 5 paesi di destinazione se si utilizza come indicatore la percentuale di esportazioni italiane sulle importazioni del paese cliente né rispetto al 1999 né rispetto al 2003 ad eccezione del mercato russo. Tale perdita si verifica anche se osserviamo la percentuale di penetrazione delle cucine italiane sul totale dei consumi in Russia. Il principale concorrente dell'Italia su questo mercato, come su tutti gli altri, risulta essere la Germania e rispetto al 2003 i produttori di questo paese, al contrario di quelli italiani, hanno nuovamente incrementato le proprie quote di mercato (rappresenta il 17,8% delle importazioni russe).

Il principale importatore di mobili per la cucina italiani resta la Francia dove però nel 2004, l'Italia ha visto diminuire la propria quota sul totale importante a vantaggio di Germania e Regno Unito ma è aumentata in proporzione sui consumi interni. In crescita è anche la penetrazione dei mobili per la cucina italiani negli Stati Uniti anche se per il momento la quota è veramente irrisoria sia rispetto al totale delle importazioni che alla dimensione del mercato interno americano. Nei restanti mercati è di interesse la conferma dell'aumento sul mercato spagnolo, mentre la Grecia ha visto diminuire la quota dei prodotti italiani sul totale del mercato interno.

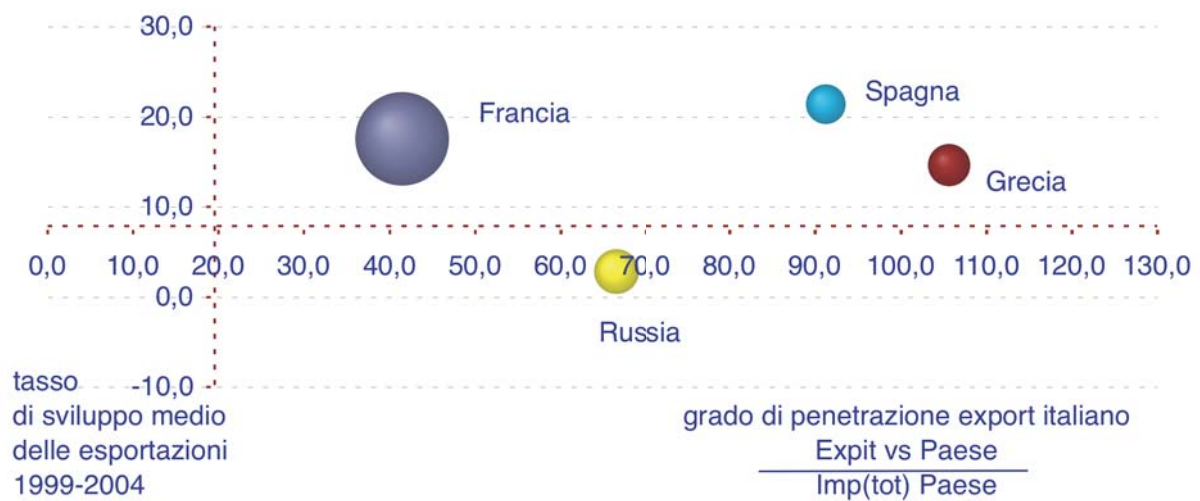
Tab. 3.5 Grado di penetrazione dei mobili italiani per la cucina sui principali mercati esteri

Paesi di destinazione delle esportazioni	Quote % delle esportazioni italiane sulle importazioni di mobili per la cucina		Quote % delle esportazioni italiane sui consumi di mobili per la cucina	
	1999	2004	1999	2004
Francia	29,5%	41,4%	4,2%	7,6%
Russia	64,2%	66,5%	31,4%	26,0%
Grecia	78,3%	81,2%	16,9%	25,4%
Spagna	36,1%	41,6%	1,9%	3,8%
Stati Uniti	1,2%	4,2%	0,1%	0,3%

Fonte: elaborazioni Csil

Nota: * dato 2002

Graf. 3.9 I principali mercati di destinazione dei mobili per la cucina, 1999-2004



Fonte: elaborazioni Csil

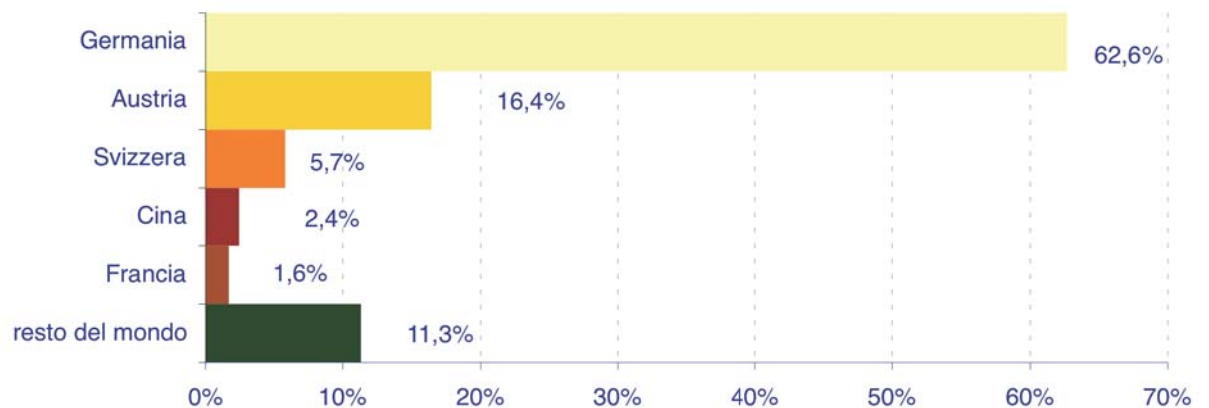
Importazioni

Nel 2004 l'Italia ha importato mobili per la cucina per un valore pari a 23,3 milioni di euro; quasi il 63% delle importazioni sono di produzione tedesca mentre un altro 16% proviene dall'Austria. Rispetto al 2003 gli acquisti di mobili per la cucina di produzione estera sono aumentate del 24% in valore (21% a prezzi costanti) grazie soprattutto ad aumento delle importazioni dalla Germania e dall'Austria. Sono invece risultate in calo i flussi in entrata dalla Svizzera.

I dati dei primi 8 mesi del 2005 mostrano una prosecuzione della crescita delle importazioni da Austria, Cina, Svizzera e Thailandia e quindi a pre-consuntivo si prospetta una ripresa della crescita delle importazioni a prezzi costanti del 12%. A beneficiare di questa aumentata richiesta non saranno però solo e nuovamente i produttori europei, ma crescerà anche la quota delle importazioni da Cina e Thailandia.

Nel 2006, nonostante la domanda interna si mantenga stazionaria le importazioni continueranno a crescere di un altro 14% sia nella componente europea che in quella dell'area dollaro grazie anche alla presenza di un euro forte.

Graf. 3.10 Provenienza delle importazioni di mobili per la cucina, 2004.
Quote percentuali su dati in valore



Fonte: elaborazioni Csil su dati di fonte ufficiale

3.2.4 Prezzi

Nel 2004, i prezzi dei mobili per cucina hanno registrato un aumento del 2,4%, leggermente superiore al valore medio del settore dei mobili in generale, ma inferiore al livello di inflazione generale alla produzione dei prodotti manufatti non alimentari e non energetici risultato pari allo 3%.

Questo aumento è dovuto alla necessità di coprire i costi sostenuti per gli investimenti effettuati e per l'aumento del costo delle materie prime, dell'energia e del lavoro.

Per il 2005, il costo del lavoro presenterà un nuovo aumento dovuto agli aumenti retributivi previsti dal contratto, così come cresceranno il prezzo dell'energia elettrica e di alcune delle materie prime non energetiche tra cui il vetro e i semilavorati. Il permanere del tasso di cambio dell'euro al livello attuale ed esigenze di competitività sui mercati internazionali contribuiranno a contenere l'aumento dell'inflazione settoriale che in ogni modo sarà inferiore a quella dell'anno passato e pari al 2%.

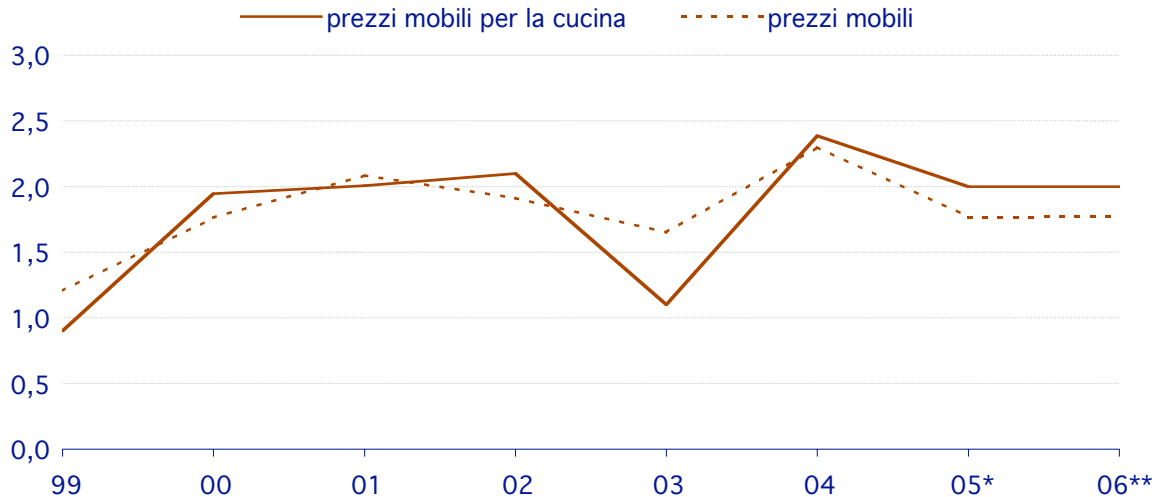
Nel 2006 si verificherà un nuovo aumento dei prezzi alla produzione del 2% sia in relazione all'incremento dei prezzi degli input fisici ed energetici sia delle retribuzioni.

Rispetto ai principali concorrenti europei, nel 2004 i prezzi alla produzione italiani sono cresciuti più della media europea e in particolare di Francia (1%) e Germania (1,4%). I mobili per la cucina spagnoli invece continuano a presentare aumenti superiori a quelli dei mobili italiani a causa anche di una maggiore spinta inflazionistica proveniente dalla dinamica del mercato interno. I mobili inglesi invece sembrano aver riguadagnato competitività dopo le perdite registrate nel 2003.

© Copyright Csil 2005

Nel 2005 i dati di pre-consuntivo non mostrano cambi di tendenze e l'inflazione italiana risulta essere di molto più alta della media europea, superata solo da quella spagnola.

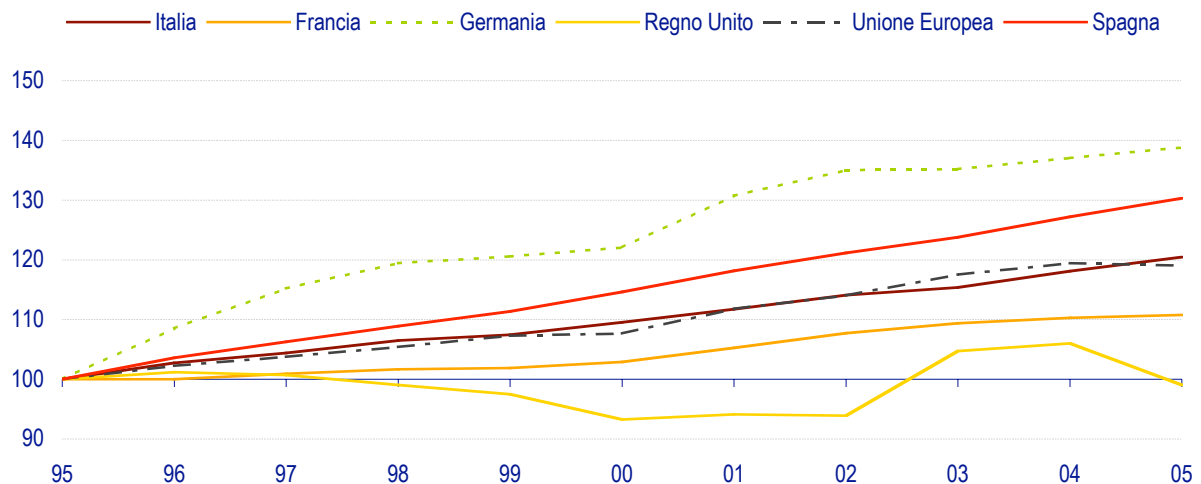
Graf. 3.11 Andamento dei prezzi alla produzione di mobili per la cucina, 1999-2006. Variazioni annue percentuali



Fonte: elaborazioni Csil

Nota: (*) pre-consuntivi, (**) previsioni

Graf. 3.12 Andamento dei prezzi alla produzione dei mobili per la cucina nei principali paesi europei. Numeri indice base 1995



Fonte: elaborazioni Csil su dati Eurostat

3.3 Mobili imbottiti

3.3.1 Produzione

Nel 2004 la produzione di mobili imbottiti ha rappresentato poco meno del 18% della produzione del settore del mobile con un valore pari a circa 3386 milioni di euro dei quali il 69% è stato venduto sui mercati esteri.

A livello mondiale, l'Italia è il secondo paese per importanza economica nella produzione (preceduto solo dagli Stati Uniti), mentre rimane il primo paese esportatore al mondo (segue a distanza la Polonia).

Per il 2005 si stima un crollo della domanda estera rivolta ai mobili imbottiti italiani che, accompagnata da una nuova diminuzione del mercato interno, porterà ad una flessione della produzione a prezzi costanti del 6% circa rispetto all'anno precedente.

Rispetto al settore del mobile nel suo complesso, nel 2005 il comparto presenterà quindi ancora risultati al di sotto della media.

Nel prossimo anno sia la domanda interna che quella estera dovrebbero contribuire a non far cadere ulteriormente l'attività produttiva di mobili imbottiti. La situazione risulta più difficile per i prodotti a fascia medio-bassa che soprattutto sui mercati esteri risentono della forte concorrenza di altri paesi produttori. Inoltre bisogna tenere conto anche che una parte della produzione di alcune grandi aziende italiane del comparto è effettuata all'estero.

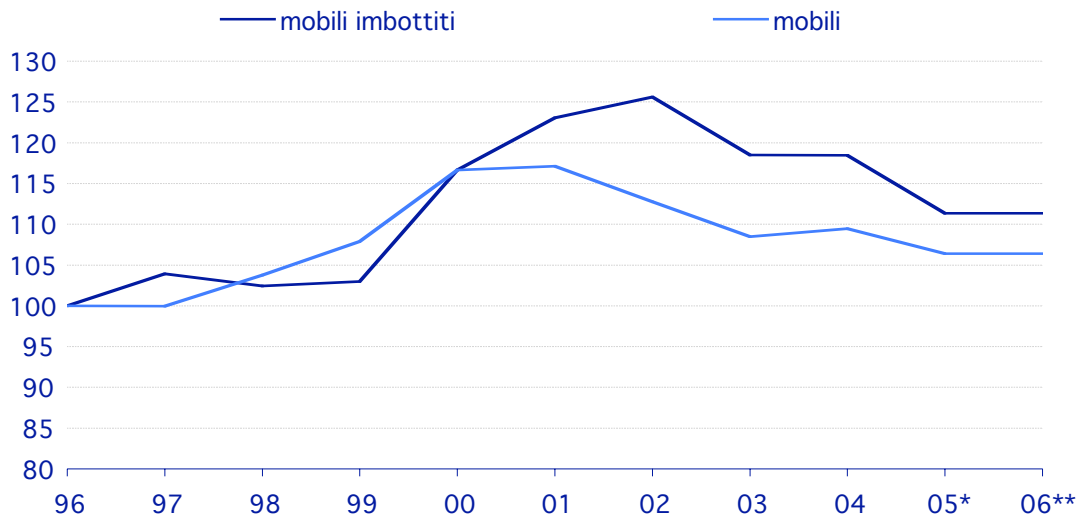
Tab. 3.6 Previsioni mobili imbottiti. Variazioni annue percentuali

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Variazioni a prezzi costanti						
Produzione	5,5	2,1	-5,6	0,0	-6,0	0,0
Consumo interno (1)	1,6	2,7	-2,4	-1,0	-1,4	0,4
Esportazioni	6,6	-3,5	-6,4	1,7	-8,0	1,0
Importazioni	-9,1	16,7	40,0	35,5	18,0	20,0
Variazioni percentuali						
Prezzi alla produzione	-3,0	-2,0	1,4	1,2	1,0	1,5

Fonte: elaborazioni Csil; 2001-2004 consuntivi; 2005- 2006 previsioni Csil

Note: (1) somma del valore della produzione e delle importazioni, meno il valore delle esportazioni

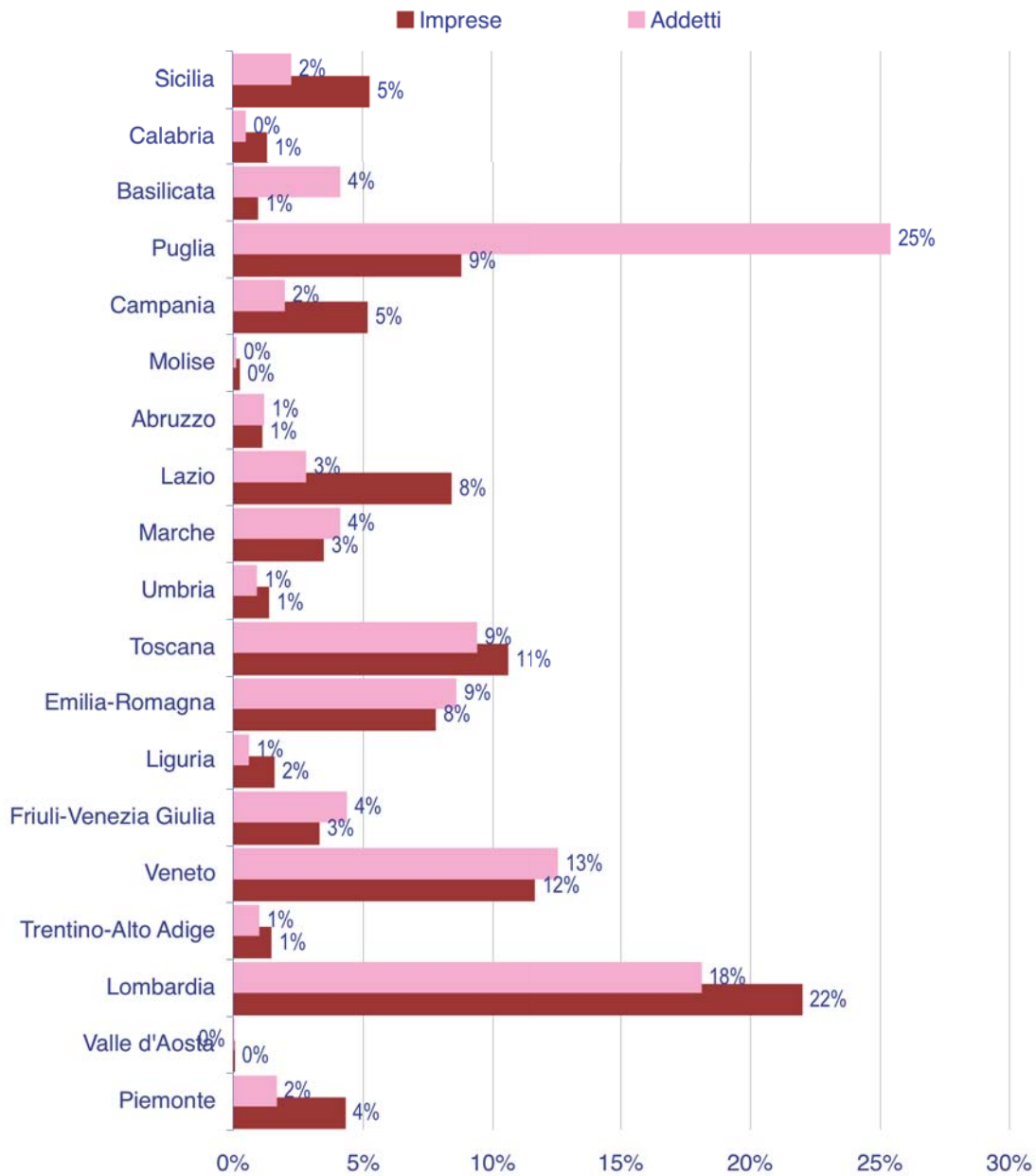
Graf. 3.13 Andamento della produzione di mobili imbottiti 1996-2006.
Variazioni annue percentuali a prezzi costanti



Fonte: elaborazioni Csil

Nota: (*) pre-consuntivi, (**) previsioni

Graf. 3.14 Imprese e addetti per regione. Ripartizione percentuale



Fonte: elaborazioni Csil su dati Istat, Censimento dell'Industria e dei Servizi 2001

3.3.2 Consumo

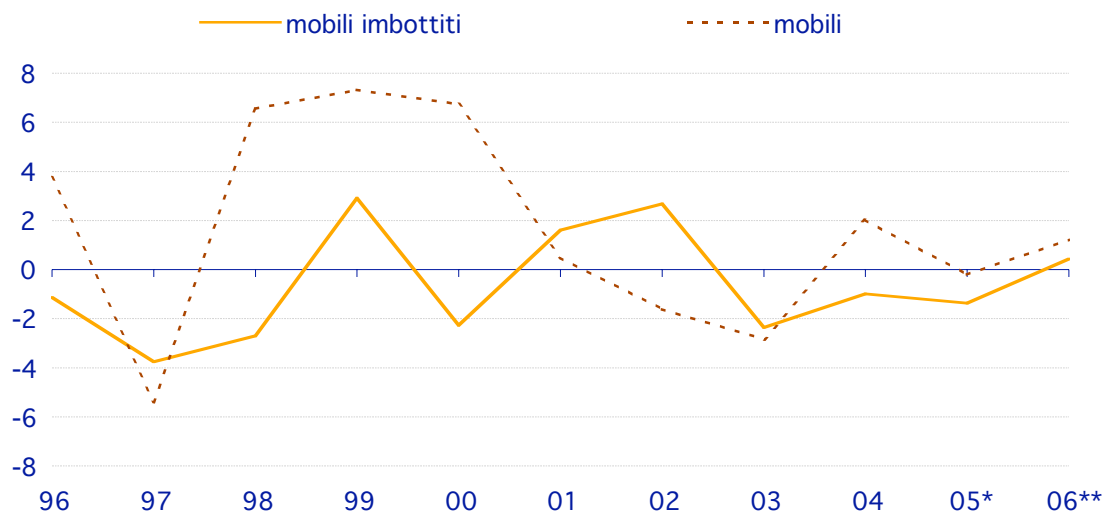
Nel 2004 il consumo interno apparente di mobili imbottiti ha registrato una flessione dell'1% a prezzi costanti.

La bassa inflazione del comparto e le numerose campagne promozionali messe in atto dai principali produttori non sono stati sufficienti a contrastare il basso livello del clima di fiducia unito alla perdita di potere d'acquisto dovuta alle aspettative sull'inflazione generale. Inoltre il tasso di risparmio delle famiglie è cresciuto a dimostrazione della permanenza di una certa cautela nel comportamento dei consumatori ancora provati dalle perdite del potere d'acquisto subite in seguito all'introduzione dell'euro e dall'incertezza dell'evoluzione dei conti pubblici. L'unica componente del consumo che ha presentato una crescita è stata quella di provenienza estera che presenta un valore medio unitario inferiore a quello della produzione nazionale. I mobili importati infatti nel 2004 hanno raggiunto la quota del 10% sul totale dei consumi e se, come previsto, nel 2005 vi sarà un'ulteriore consistente crescita delle importazioni, tale quota potrebbe raggiungere l'11% in valore.

Nell'anno in corso il consumo di mobili imbottiti continuerà a flettere con tassi sempre più alti rispetto alla media del settore; si prevede infatti per il 2005 una diminuzione del consumo dell'1,4% a prezzi costanti. I fattori macroeconomici che concorreranno a determinare questo risultato sul mercato interno saranno un clima di fiducia delle famiglie sostanzialmente non in miglioramento e un aumento del potere di spesa delle famiglie solo di poco superiore all'inflazione ufficiale (che risulta sempre inferiore a quella percepita dai consumatori).

Per il 2006 si prevede solo una modestissima ripresa del consumo interno (+0,4% a prezzi costanti). Fattori positivi che concorreranno alla ripresa del mercato interno saranno il contenimento dell'inflazione generale e settoriale e l'aumento del reddito disponibile.

Graf. 3.15 Consumo interno di mobili e di mobili imbottiti, 1999-2006. Variazioni a prezzi costanti



Fonte: elaborazioni Csil

Nota: (*) pre-consuntivi, (**) previsioni

3.3.3 Interscambio commerciale

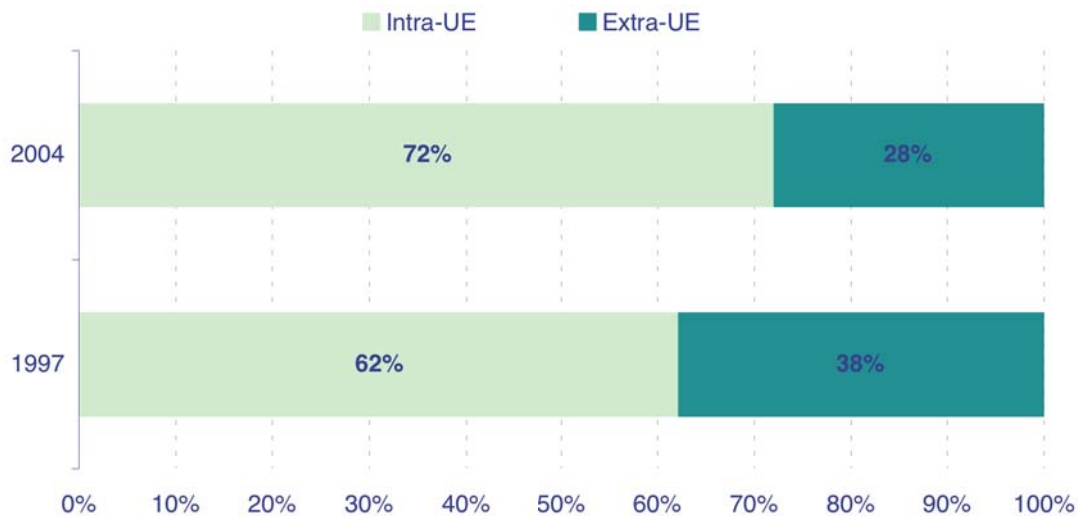
Nel 2004 le esportazioni italiane hanno raggiunto un valore di 2.358 milioni di euro registrando un aumento rispetto all'anno precedente dell'1,7% a prezzi costanti e del 2,9% circa a valori correnti. Il 72% dei flussi in uscita è destinato ai paesi dell'Unione Europea (25 paesi) che nel 2004 hanno incrementato i loro acquisti di mobili imbottiti italiani del 7% in valore.

Della quota restante delle esportazioni italiane destinate ai paesi extra europei, il 15,5% è rivolta agli Stati Uniti che rappresenta oramai solo il terzo mercato di sbocco dei mobili imbottiti italiani: infatti le esportazioni verso gli USA hanno mostrato un nuovo rallentamento della crescita pari al 15% in valore rispetto al 2003.

Il più importante mercato di riferimento resta il Regno Unito seguito dalla Francia. Nella prima parte del 2004 le esportazioni verso il mercato inglese sono quasi raddoppiate rispetto allo stesso periodo del 2003, ma l'andamento del secondo semestre hanno presentato un rallentamento che ha ridotto l'incremento al 14%, mentre il mercato francese ha chiuso l'anno con un aumento degli acquisti di mobili imbottiti italiani del 12%.

I dati dei primi otto mesi del 2005 mostrano degli aumenti delle vendite solo in Spagna e in Svizzera mentre la Francia si mantiene sui livelli dello stesso periodo dell'anno precedente. Sono in forte calo le esportazioni verso il Regno Unito e gli Usa.

Graf. 3.16 Esportazioni di mobili imbottiti. Ripartizioni tra paesi intra-EU (25 paesi) ed extra-UE, 1997-2004. Quote percentuali su dati in valore



Fonte: elaborazioni Csil su dati Eurostat

Tab. 3.7 Evoluzione dei principali mercati di destinazione delle esportazioni italiane di mobili imbottiti, 1999-2004

	1999	2004	2004/2003	1999-2004
	Quote percentuali su dati in valore		Variazione percentuale	Variazione media annua
Regno Unito	11,8	25,0	13,6	20,8
Francia	15,7	17,8	12,1	6,6
Stati Uniti	19,4	15,5	-15,2	-0,6
Germania	18,5	10,1	-4,3	-8,0
Belgio	5,9	4,7	1,1	-0,4
Paesi Bassi	5,8	3,0	-13,6	-8,6
Spagna	1,3	2,7	29,7	20,7
Svizzera	3,3	2,1	-7,0	-4,8
Russia	0,5	1,6	45,5	32,2
Austria	2,1	1,6	1,2	-1,8
altri	15,7	15,9	3,6	4,2
Totale Mondo	100,0	100,0	2,9	4,0

Fonte: elaborazioni Csil su dati Eurostat

Nel 2005 la domanda estera proveniente dal Regno Unito sta comunque continuando ad aumentare anche se con tassi più moderati nonostante il forte livello di indebitamento delle famiglie e grazie anche al leggero apprezzamento della sterlina nei confronti dell'euro, ma saranno altri concorrenti che riusciranno a soddisfarla.

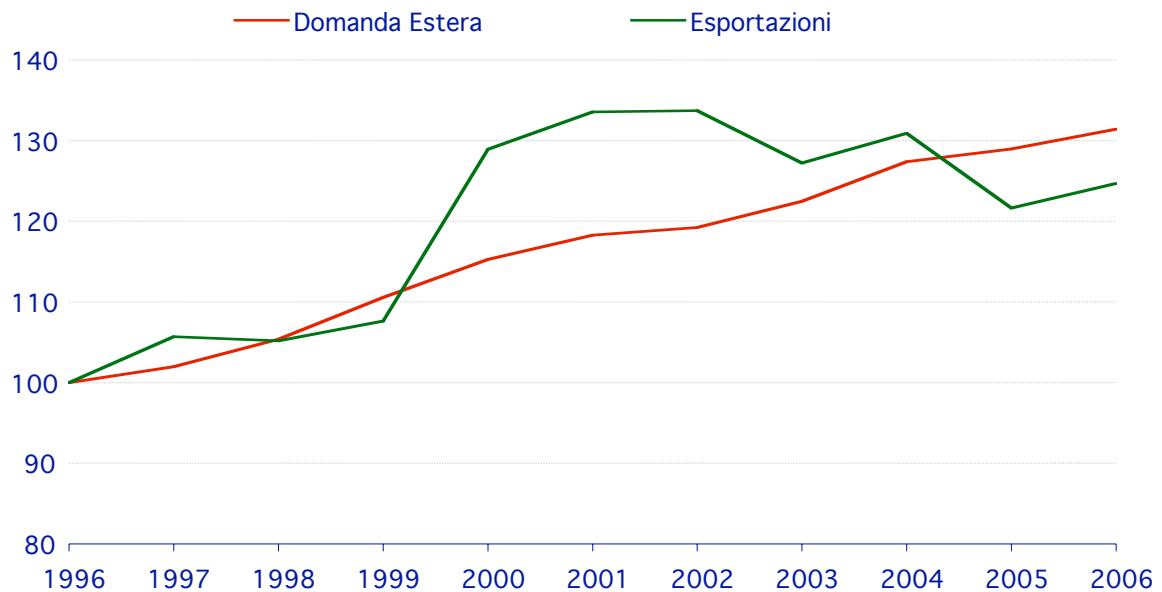
I consumatori spagnoli dovrebbero confermare a fine anno l'incremento dei loro acquisti di mobili imbottiti italiani mentre la domanda proveniente dal mercato statunitense resterà comunque inferiore a quella del 2004 a causa soprattutto della permanenza del

tasso di cambio dollaro/euro su valori prossimi all'1,25. Anche per le vendite sul mercato tedesco, il 2005 non presenterà sicuramente variazioni positive.

Nonostante una domanda estera potenziale proveniente dai primi quattro partner, in aumento nel 2005 dell'1,2% sembra quindi che i produttori italiani di mobili imbottiti non riusciranno quest'anno a cogliere le opportunità offerte a causa di problemi di competitività dovuti anche al tasso di cambio.

Nel 2006 la domanda estera potenziale esplicitata dai principali mercati dei prodotti italiani, crescerà ancora del 2% circa e i produttori nazionali dovrebbero riuscire a incrementare le proprie vendite anche se solo dell'1%. Il leggero deprezzamento della sterlina rispetto all'euro e la diminuzione del tasso di crescita dei consumi interni delle famiglie inglesi non consentiranno un forte apporto del Regno Unito al miglioramento delle esportazioni italiane. Ci si aspetta invece un andamento più positivo rispetto al 2005 delle vendite sul mercato statunitense che continuerà a mostrare buoni tassi di crescita e sul mercato francese.

Graf. 3.17 Andamento della domanda estera di mobili imbottiti, 1996-2006. Numeri indice, base 1996=100



Fonte: elaborazioni Csil su dati Istat e OCSE; previsioni Csil, Prometeia

Nota: La domanda estera è calcolata sia come media dei consumi privati dei paesi clienti dell'Italia, ponderati per il peso percentuale che questi paesi hanno sul totale delle esportazioni italiane di mobili imbottiti. I paesi clienti considerati sono: Stati Uniti, Francia, Regno Unito e Germania.

Andamento delle quote di mercato e principali competitori

Come già ricordato l'Italia è il primo esportatore al mondo di mobili imbottiti seguita dalla Polonia che registra un valore delle vendite all'estero pari a poco più della metà di quelle italiane.

Negli ultimi anni comunque l'Italia ha perso quote di mercato su alcuni importanti mercati quali ad esempio gli Stati Uniti dove pur mantenendo pressoché stabile la propria quota sui consumi interni, la percentuale delle esportazioni italiane sul totale delle importazioni è quasi dimezzata. Su questo mercato il principale concorrente risulta essere la Cina seguita dal Messico e dal Canada e quindi la diminuzione delle vendite italiane non è stata causata solo da un aumento dei prezzi relativi dovuto all'apprezzamento dell'euro, ma anche dalla presenza sempre più incisiva di un competitor nella fascia economica del mercato.

Nel mercato estero più importante i prodotti italiani, il Regno Unito, dopo anni di aumento delle quote, il 2004 ha registrato una brusca frenata che ha portato l'indice di penetrazione delle esportazioni italiane sul totale delle importazioni inglesi dal 65% del 2003 al 57% del 2004 appunto. Pure in Francia si è presentata la medesima situazione ma su scala molto più ridotta.

In Germania l'Italia continua a perdere quote di mercato sia rispetto ai consumi interni totali che rispetto al totale importato.

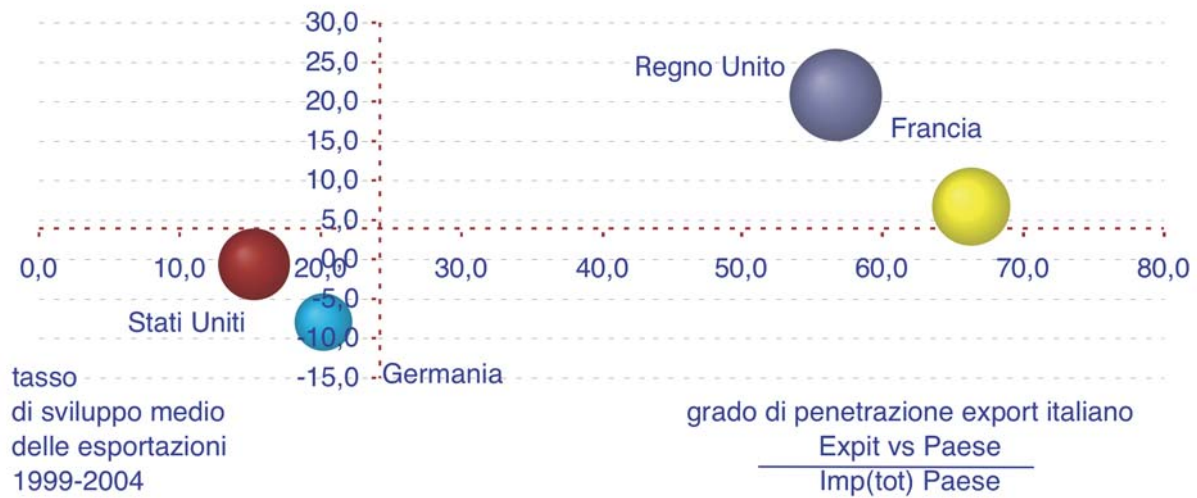
Sul mercato inglese l'Italia rappresenta però ancora il principale fornitore di mobili imbottiti seguito dalla Cina, mentre sul mercato tedesco il principale concorrente è la Polonia.

Tab. 3.8 Grado di penetrazione dei mobili imbottiti italiani sui principali mercati esteri

Paesi di destinazione delle esportazioni	Quote % delle esportazioni italiane sulle importazioni di mobili imbottiti		Quote % delle esportazioni italiane sui consumi di mobili imbottiti	
	1999	2004	1999	2004
Regno Unito	65,5%	56,7%	11,0%	18,3%
Francia	66,2%	66,3%	26,0%	29,8%
Stati Uniti	28,7%	15,3%	3,4%	3,3%
Germania	35,3%	20,2%	11,7%	8,2%
Belgio	52,4%	34,5%	36,2%	25,4%

Fonte: elaborazioni Csil

Graf 3.18 I principali mercati di destinazione dei mobili imbottiti, 1999-2004



Fonte: elaborazioni Csil

Importazioni

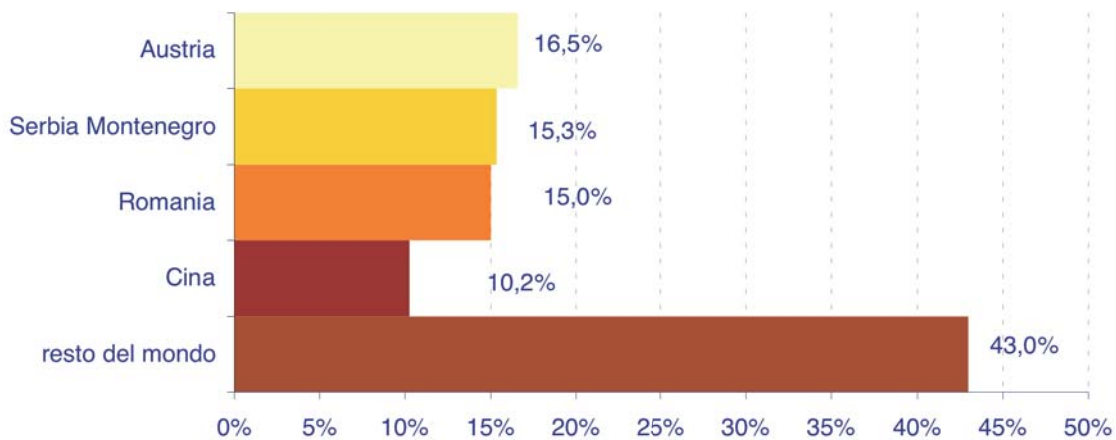
Nel 2004 le importazioni hanno raggiunto un valore di 107 milioni di Euro con un aumento del 37% rispetto all'anno precedente. Circa il 36% delle importazioni italiane proviene dai 15 paesi dell'Unione Europea e se a questi sommiamo i paesi dell'allargamento e gli altri paesi dell'Europa Occidentale, tale percentuale sale all'86%. Le regioni dell'Asia e del Pacifico rappresentano il 13% del totale delle importazioni e sono in rapida crescita.

Il principale fornitore è l'Austria che con una quota del 16,5% è seguita da vicino dalla Serbia e Montenegro. La Romania ha quasi triplicato le proprie vendite sul mercato italiano nel 2004, mentre la Cina ha duplicato le proprie importazioni.

I dati dei primi otto mesi del 2005 mostrano un incremento piuttosto rilevante delle importazioni da Cina, Germania, Ungheria e Francia, mentre diminuiscono i flussi in entrata da Austria e Romania rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Per il 2005 quindi si prevede una chiusura d'anno con un aumento delle importazioni del 20% a prezzi costanti e in particolare continueranno a crescere con tassi a due cifre le importazioni dalla Cina e dall'Ungheria.

Graf. 3.19 Provenienza delle importazioni di mobili imbottiti, 2004. Quote percentuali su dati in valore



Fonte: elaborazioni Csil su dati di fonte ufficiale

3.3.4 Prezzi

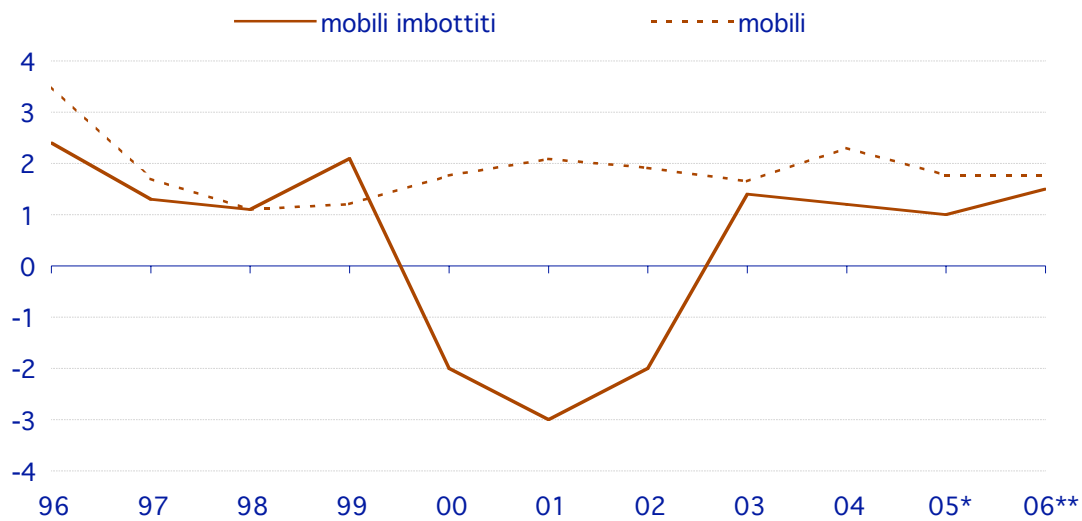
Nel 2004 l'inflazione settoriale ha registrato un aumento dell'1,2% dovuto essenzialmente ad un aumento dei prezzi delle materie prime tra cui anche l'energia e delle retribuzioni medie secondo gli incrementi previsti dal nuovo contratto nazionale. Anche il costo dei servizi e dei trasporti hanno presentato a fine anno degli aumenti intorno al 3%.

Fattori che hanno agito da calmieranti sono invece stati rappresentati dai continui miglioramenti nelle tecniche di produzione che stanno appunto consentendo un contenimento dei costi di produzione, dall'euro forte che contiene gli aumenti dei costi delle materie prime in dollari e dalla debolezza della domanda.

Per il 2005, accanto ad un incremento dei salari, dei costi energetici e dei servizi è prevista una leggera diminuzione dei prezzi dei rivestimenti (pelle e tessuti). Sotto queste ipotesi e tenuto conto delle pressioni esercitata da ragioni di mantenimento della competitività, quindi i prezzi alla produzione dei mobili imbottiti aumenteranno nel 2005 solo dell'1%.

Nel 2006 invece l'inflazione settoriale alla produzione subirà un leggero incremento assestandosi intorno all'1,5%. All'aumento dell'energia elettrica e delle retribuzioni andranno a sommarsi gli incrementi dei prezzi dei rivestimenti e il leggero deprezzamento dell'euro rispetto al dollaro (1,22 contro l'1,25 del 2005) e questo porterà quindi ad un aumento dei prezzi leggermente più consistente rispetto al 2005.

Graf. 3.20 Andamento dei prezzi alla produzione di mobili imbottiti, 1999-2006. Variazioni annue percentuali



Fonte: elaborazioni Csil

Nota: (*) pre-consuntivi, (**) previsioni

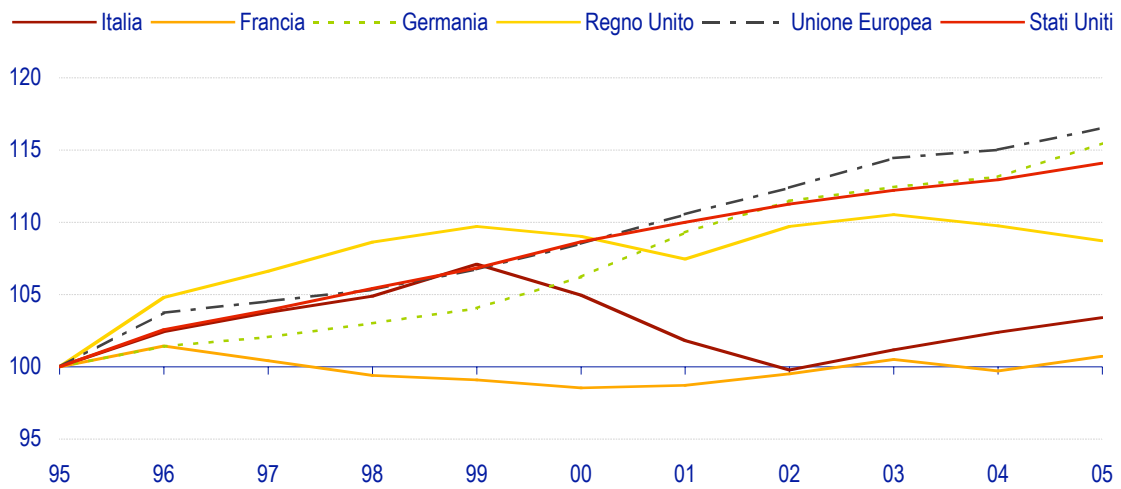
Rispetto agli altri paesi grandi produttori di mobili imbottiti, l'evoluzione dei prezzi mostrata dai mobili imbottiti italiani nel 2004 ha determinato un peggioramento della competitività misurata in termini di prezzi relativi. I prezzi italiani sono aumentati infatti in misura superiore alla media europea (0,5%) e anche rispetto a quelli americana. Francia e Regno Unito hanno tra l'altro registrato decrementi nei prezzi alla produzione, mentre la Germania ha rallentato la crescita allo 0,6%.

Sul mercato americano anche la presenza di un euro forte ha contribuito ad amplificare la perdita di competitività dovuto all'andamento dei prezzi relativi.

I dati provvisori per il 2005 mostrano invece un miglioramento nei prezzi relativi dei mobili italiani nei confronti di quelli europei in generale e tedeschi in particolare. I prezzi alla produzione italiani sono infatti aumentati la metà di quelli tedeschi e il prezzo relativo rispetto ai mobili francesi è rimasto invariato.

Rispetto ai mobili statunitensi i prezzi dei mobili italiani sono aumentati di pari misura, ma l'effetto cambio ha nuovamente determinato una perdita di competitività. Continua anche la diminuzione dei prezzi dei mobili inglesi.

Graf. 3.21 Andamento dei prezzi alla produzione dei mobili imbottiti nei principali paesi europei. Numeri indice base 1995



Fonte: elaborazioni Csil su dati Eurostat

3.4 Mobili per la casa

3.4.1 Produzione

Nel 2004 i mobili per la casa (esclusi i mobili per cucina e i mobili imbottiti) hanno rappresentato circa il 63% della produzione del settore del mobile e sono stati destinati per il 42% circa ai mercati esteri.

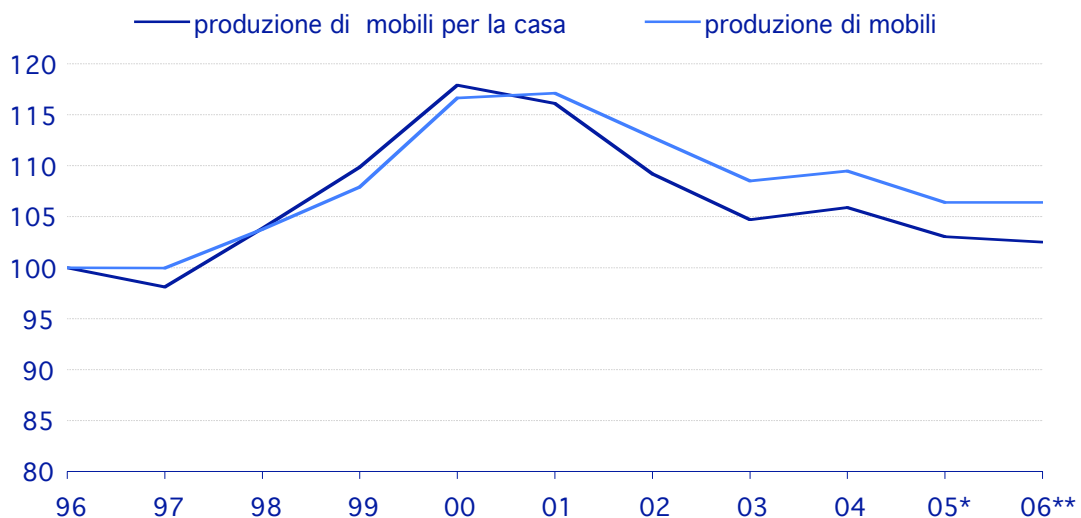
L'anno passato l'offerta di altri mobili per la casa ha mostrato a consuntivo un aumento (+1,2%) più marcato del settore del mobile nel suo complesso grazie ad un miglior andamento della domanda interna.

Nel 2004 infatti la domanda nazionale di questo comparto ha mostrato un discreto aumento pari al 3,2% a prezzi costanti mentre la domanda estera ha presentato un incremento del 2,1%.

Nel 2005 la domanda estera esplicitata subirà un calo e con una domanda nazionale pressoché stazionaria si verificherà una diminuzione della produzione del 2,7% a prezzi costanti.

La ripresa del mercato interno sarà infatti graduale e partirà solo nel 2006 e sui mercati esteri lo stabilizzarsi del tasso di cambio dell'euro nei confronti del dollaro su livelli intorno all'1,22 agirà ancora da freno e bilancerà gli effetti positivi dovuti alla crescita della domanda estera internazionale. Questo non sarà però sufficiente a far registrare un aumento della produzione nazionale.

Graf. 3.22 Andamento della produzione di mobili per la casa e totale mobili, 1996-2006. Numeri indice base 1996=100



Fonte: elaborazioni Csil

Nota: (*) pre-consuntivi, (**) previsioni

© Copyright Csil 2005

78

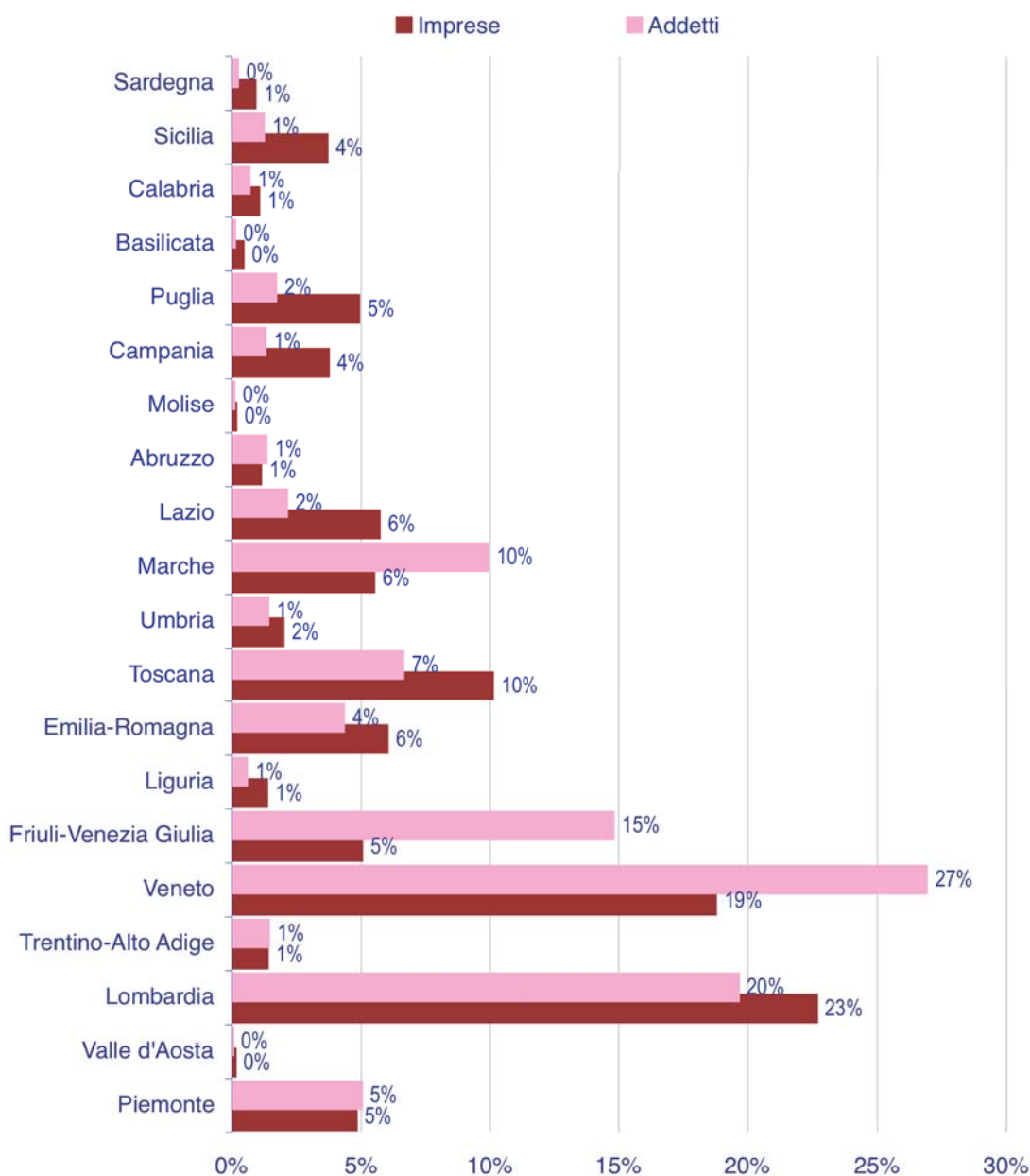
Tab. 3.9 Previsioni mobili per la casa. Variazioni annue percentuali

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Variazioni a prezzi costanti						
Produzione	-1,5	-6,0	-4,1	1,2	-2,7	-0,5
Consumo interno (1)	-0,6	-4,5	-4,0	3,2	0,3	1,8
Esportazioni	-3,2	-3,5	-2,4	2,1	-2,7	1,1
Importazioni	3,5	7,7	7,9	18,9	12,7	15,9
Variazioni percentuali						
Prezzi alla produzione	1,5	1,7	1,9	2,5	1,9	1,8

Fonte: elaborazioni Csil; 2001-2004 consuntivi; 2005- 2006 previsioni Csil

Note: (1) somma del valore della produzione e delle importazioni, meno il valore delle esportazioni

Graf. 3.23 Imprese e addetti per regioni. Ripartizione percentuale



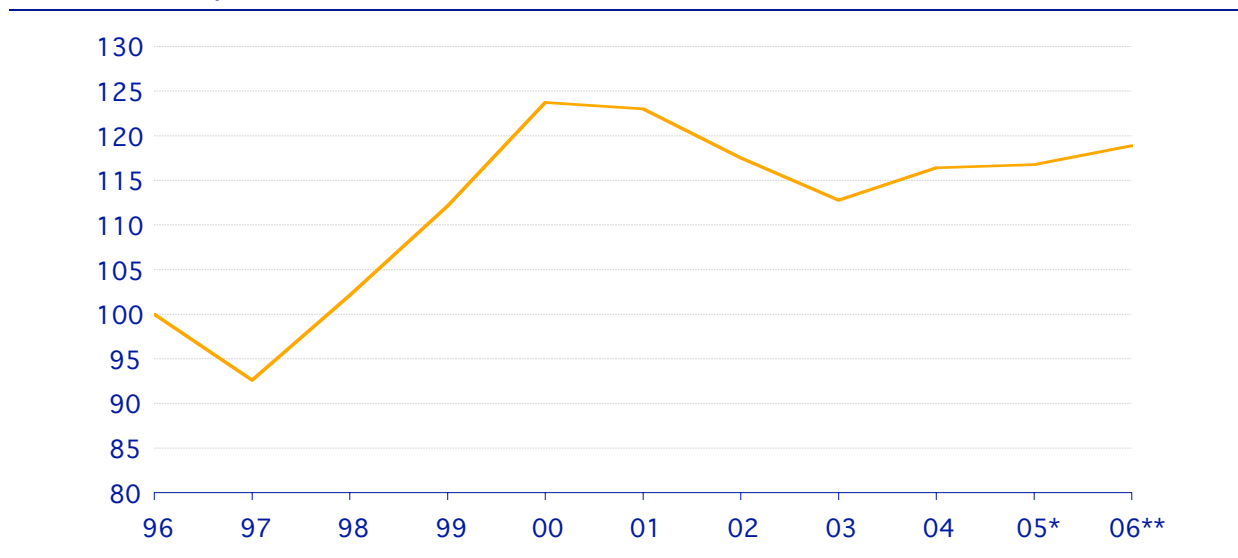
Fonte: elaborazioni Csil su dati Istat, Censimento dell'Industria e dei Servizi 2001

3.4.2 Consumo

Nel 2004 i consumi di mobili per la casa hanno registrato un incremento del 3% a prezzi costanti. La maggiore domanda interna si è rivolta anche verso i mobili di importazione che in quell'anno rappresentavano il 13% del consumo interno (il 17% a prezzi costanti). Un miglioramento del reddito disponibile delle famiglie e un aumento della ricchezza finanziaria reale hanno infatti consentito una ripresa dei consumi interni piuttosto marcata.

Per il 2005 si stima invece una sostanziale stabilità dei consumi di mobili valutati a prezzi costanti. Per l'anno in corso, infatti, nonostante il reddito disponibile sia previsto ancora in crescita e anche la ricchezza finanziaria aumenterà in termini reali e in rapporto al reddito disponibile si avvicinerà sempre più ai valori registrati nel 2000, la propensione al consumo delle famiglie italiane non sta aumentando e molti degli acquisti di beni durevoli sono rimandati a "periodi più certi". Stimoli alla domanda provengono ancora dal settore edilizio: il numero di compravendite registrate nel 2004 e il completamento degli edifici iniziati negli anni precedenti hanno creato un mercato potenziale non trascurabile, i tassi di interesse reali non presentano aumenti mantenendo quindi favorevoli le condizioni del credito e dei mutui, ma proprio per questo gli acquisti di case hanno drenato molte delle risorse disponibili delle famiglie riducendo consistentemente la quota destinabile all'acquisto dei mobili.

Graf. 3.24 Consumo interno di mobili per la casa, 1999-2006. Variazioni a prezzi costanti



Fonte: elaborazioni Csil

Nota: (*) pre-consuntivi, (**) previsioni

Nel 2006 il miglioramento dell'economia italiana dovrebbe ridare maggiore fiducia alle imprese italiane e gli aumenti previsti per occupazione, reddito disponibile e ricchezza dovrebbero iniziare a palesare i primi effetti consentendo un tiepido aumento del mercato interno (+1,8% a prezzi costanti).

3.4.3 Interscambio commerciale

Il segmento produttivo degli altri mobili per la casa esporta il 42% circa della propria produzione per valore pari a circa 5.110 milioni di euro nel 2004.

Rispetto al 2003 le esportazioni hanno registrato un incremento del 2,1% a prezzi costanti dopo tre anni di flessioni.

Il principale mercato di sbocco continua ad essere la Germania che ora assorbe circa il 14% delle esportazioni italiane di questo comparto, ma rispetto al 2003 ha presentato una sostanziale stabilità negli acquisti di mobili per la casa italiani. Seguono poi gli Stati Uniti con una quota del 12% e la Francia con l'11,5% delle esportazioni italiane. Sul mercato statunitense però, tra il 2003 e il 2004, l'Italia ha diminuito le proprie vendite del 18% in media all'anno mentre in Francia dopo un 2003 tiepido, le vendite sono cresciute ad un ritmo superiore al 10% e hanno portato ad un superamento per importanza del mercato inglese.

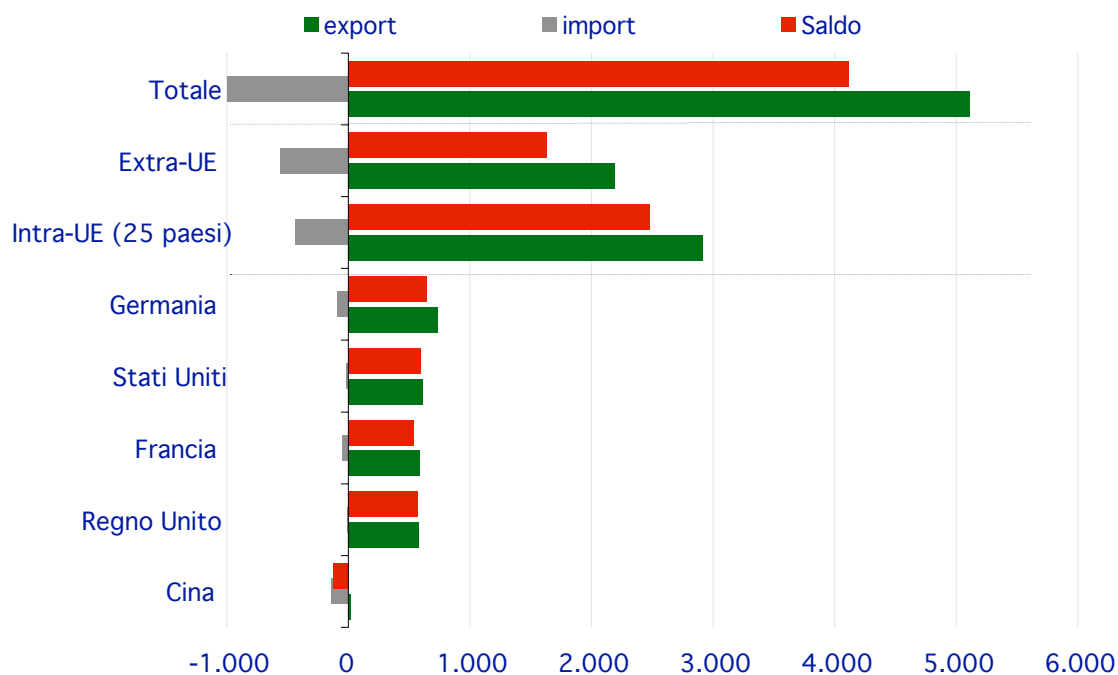
I mercati extra-europei assorbono poco meno del 43% delle esportazioni italiane di mobili e questo rende il comparto piuttosto sensibile alle variazioni del tasso di cambio dell'euro nei confronti del dollaro. Infatti su questi mercati è stato registrato un aumento nel 2004 pari a solo lo 0,8%, mentre i flussi verso i venticinque paesi dell'Unione Europa sono aumentati in media del 3,6% (7% se si considerano solo i 15 paesi pre-allargamento).

Tra i paesi europei hanno ripreso a crescere a ritmo sostenuto anche le esportazioni verso il Regno Unito, la Spagna e la Russia.

La vivace domanda proveniente dai mercati francesi, inglesi e russi nel 2004 ha quindi più che bilanciato l'andamento ancora negativo sul mercato statunitense e giapponese, facendo registrare una crescita delle esportazioni.

I dati dei primi 8 mesi del 2005 registrano delle flessioni delle vendite in Germania, Regno Unito e Stati Uniti, mentre restano stazionarie le vendite in Francia rispetto allo stesso periodo del 2004. tra i primi 10 paesi di destinazione le esportazioni crescono di fatto solo in Russia e in Spagna.

Graf. 3.25 Importazioni, esportazioni e bilancia commerciale di mobili per la casa, 2004. Valori in milioni di euro



Fonte: elaborazioni Csil su dati Eurostat

Tab. 3.10 Destinazione delle esportazioni di mobili per la casa, 1999-2004

Paese	milioni di ECU-EUR		quote %		var. % annua	
	1999	2004	1999	2004	2004/03	media 99-04
Germania	1050	737	22,1	14,4	0,0	-5,7
Stati Uniti	615	613	12,9	12,0	-16,6	-0,1
Francia	482	589	10,1	11,5	11,6	3,4
Regno Unito	348	582	7,3	11,4	9,1	9,0
Russia	163	319	3,4	6,2	28,5	11,9
Svizzera	237	246	5,0	4,8	6,9	0,6
Altri	1858	2028	39,1	39,7	2,2	1,5
Mondo	4754	5114	100	100	2,4	1,2

Fonte: elaborazioni Csil su dati Eurostat

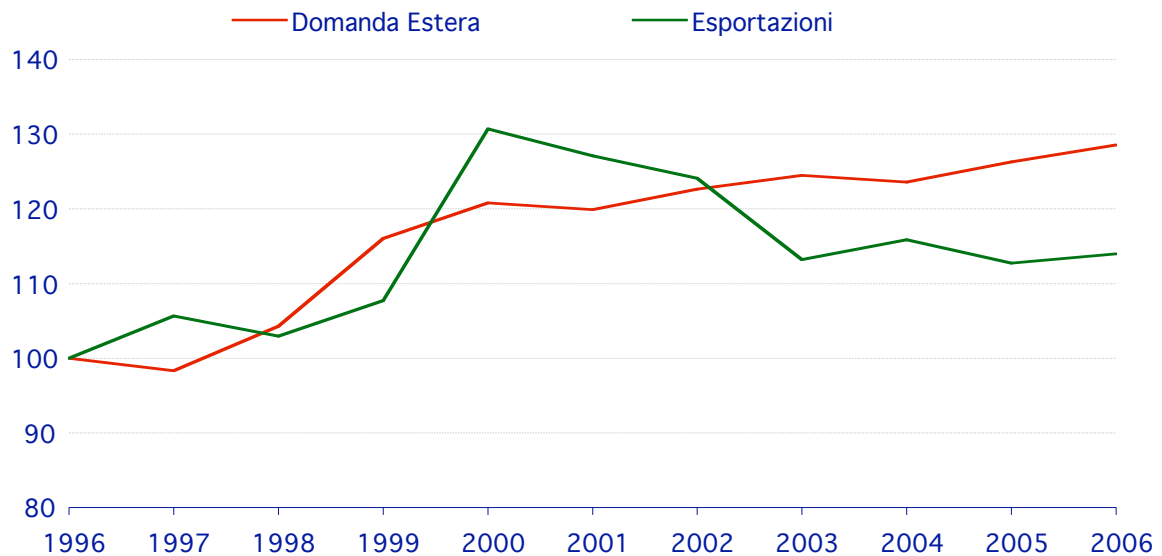
Per il 2005 quindi si prevede una contrazione delle esportazioni pari al 2,7% a prezzi costanti. La domanda estera potenziale dei primi quattro partner commerciali dell'Italia, è però prevista in ripresa del 2% e quindi questo significa che i mobili italiani stanno perdendo l'occasione di vendere su questi mercati in parte per problemi di competitività legati al tasso di cambio e all'andamento di prezzo e in parte per il presentarsi di concorrenti sempre più agguerriti; la ripresa della domanda dal mercato tedesco, se ci

sarà, risulterà comunque di piccola entità e anche dal mercato statunitense non proverranno richieste consistenti.

Continuerà invece a mantenere una buona intonazione la domanda proveniente da Francia e Russia. I francesi nonostante il loro potere d'acquisto sia rimasto pressoché stabile e la disoccupazione stia aumentando, continuano a consumare ricorrendo sempre più al credito al consumo ed è ipotizzabile che nell'anno la domanda rivolta verso i mobili italiani si mantenga in crescita seppur di poco.

Nel 2006 la domanda estera continuerà a crescere a tassi prossimi al 2% e ipotizzando una ripresa delle esportazioni sul mercato statunitense, oltre ad un miglioramento delle richieste provenienti dai principali paesi europei, si può prevedere una crescita delle vendite all'estero dell'Italia dell'1% circa.

Graf. 3.26 Andamento della domanda estera di mobili per la casa. Variazioni annue percentuali a prezzi costanti



Fonte: elaborazioni Csil su dati Istat e OCSE; previsioni Csil, Prometeia

Nota: La domanda estera è calcolata sia come media dei consumi privati dei paesi clienti dell'Italia, ponderati per il peso percentuale che questi paesi hanno sul totale delle esportazioni italiane di mobili imbottiti. I paesi clienti considerati sono: Stati Uniti, Francia, Regno Unito e Germania.

Andamento delle quote di mercato e principali competitori

Le diminuzioni registrate dalle vendite all'estero dei produttori italiani di mobili per la casa negli ultimi anni e la perdita di competitività dovuta a fattori di cambio e di prezzo, hanno portato ad un calo delle quote delle esportazioni italiani sul totale importato dai principali mercati di destinazione. Rispetto al 1999 si sono registrate diminuzioni delle quote nei confronti di tutti i primi mercati, ma rispetto al 2003 la situazione è invece migliorata sul mercato inglese e francese.

Negli Stati Uniti dove la concorrenza cinese è molto forte, nel giro di cinque anni l'Italia ha perso quasi quattro punti percentuali sul totale delle importazioni americane e se in gran parte il calo degli ultimi due anni è dovuto all'apprezzamento dell'euro, inizia a diventare evidente anche la presenza di altri fattori frenanti come la struttura del sistema distributivo statunitense.

Più consistente risulta invece la perdita sul mercato tedesco, dove la quota lasciata dall'Italia è stata conquistata dalla Polonia e in parte dalla Danimarca.

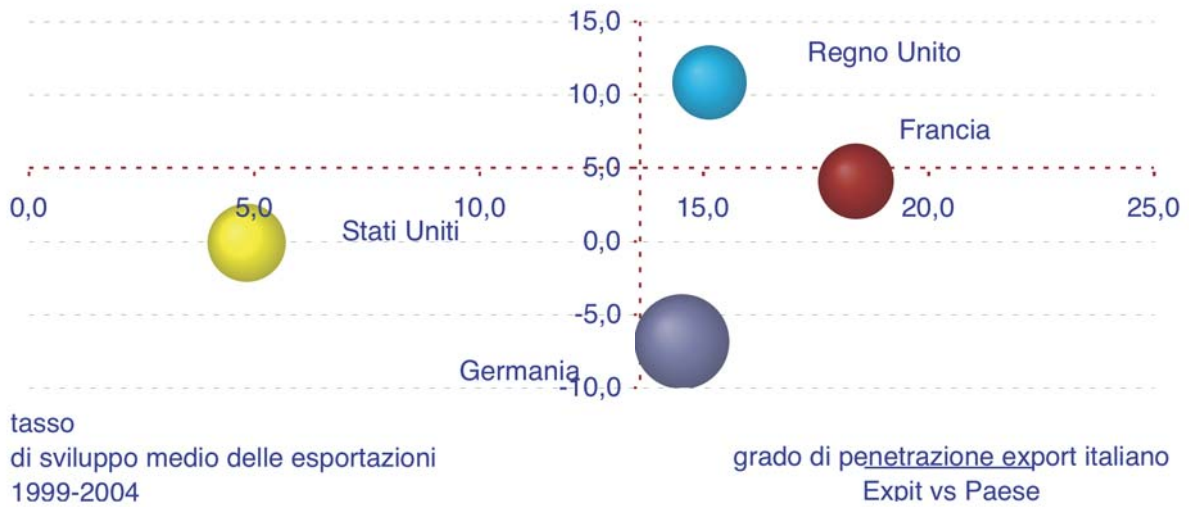
Rimanendo tra i paesi europei anche in Francia e nel Regno Unito nonostante il buon andamento delle esportazioni, è diminuita l'incidenza sulle importazioni locali, ma tale tendenza sembra presentare un'inversione nell'ultimo anno del periodo in esame.

Tab. 3.11 Grado di penetrazione dei mobili per la casa italiani sui principali mercati esteri

Paesi di destinazione delle esportazioni	Quote % delle esportazioni italiane sulle importazioni totali dei principali mercati	
	1999	2004
Germania	24,2	14,5
Stati Uniti	8,9	4,8
Francia	22,6	18,4
Regno Unito	17,5	15,1

Fonte: elaborazioni Csil

Graf. 3.27 I principali mercati di destinazione dei mobili per la casa, 1999-2004



Fonte: elaborazioni Csil

Importazioni

Il 12,3% dei consumi italiani di mobili per la casa, pari ad un giro d'affari di circa 1000 milioni di euro nel 2004, riguarda prodotti di importazione. Rispetto al 2003 si è verificato un nuovo aumento delle importazioni del 19% in quantità. Questo comparto presenta il più alto tasso di penetrazione dei mobili importati sul totale del consumo e la bilancia commerciale pur presentando un saldo ampiamente attivo, per il quarto anno consecutivo ha registrato decrementi.

I principali fornitori sono i paesi extra-europei che detengono una quota del 56% del totale delle importazioni, ma scendendo nel dettaglio per paese il primo paese da cui importiamo è la Cina che con 142 milioni di euro circa di mobili venduti in Italia detiene il 14% del totale delle importazioni italiane (Nel 1998 tale quota era pari solo al 6%). Altri importanti fornitori sono l'Austria, la Germania e la Romania che nel 2004 hanno fatto registrare aumenti superiori al 15% a prezzi correnti.

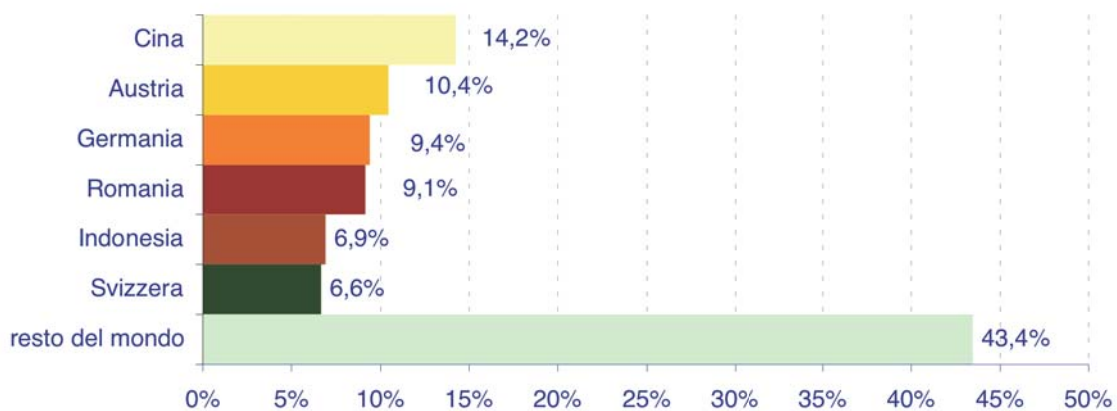
I dati dei primi otto mesi del 2005 mostrano ulteriori aumenti dei flussi in entrata da Cina, Austria, Romania e Svizzera, mentre diminuiscono quelli dalla Germania.

Per il 2005 si prevede quindi un ulteriore aumento delle importazioni del 13% in quantità, in seguito al miglioramento della ragione di scambio e ad una maggiore richiesta della domanda interna soprattutto verso prodotti a più basso valore medio unitario.

Per il 2006 tale trend non dovrebbe interrompersi, ma anzi incrementare ulteriore in seguito al miglioramento del clima interno e della crescita prevista per i consumi interni.

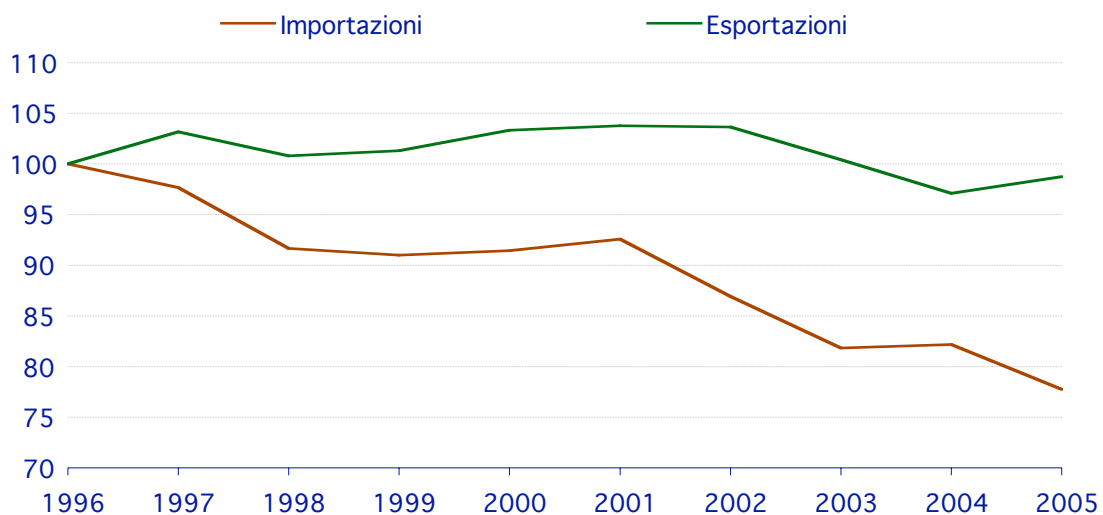
I valori medi unitari dei mobili importati nel 2004 hanno presentato una sostanziale stabilità nonostante l'aumento delle importazioni dall'area euro e probabilmente nel 2005 vi saranno diminuzioni dei valori medi unitari dei mobili importati a del permanere del tasso di cambio euro/dollaro su valori ancora elevati e del trend di crescita previsto per le importazioni da Cina e Romania.

Graf. 3.28 Provenienza delle importazioni di mobili per la casa, 2004. Quote percentuali su dati in valore



Fonte: elaborazioni Csil su dati Eurostat

Graf. 3.29 Andamento dei valori medi unitari di importazioni ed esportazioni di mobili per la casa, 1996-2005. Numeri indice, base 1996=100



Fonte: elaborazioni Csil su dati Eurostat

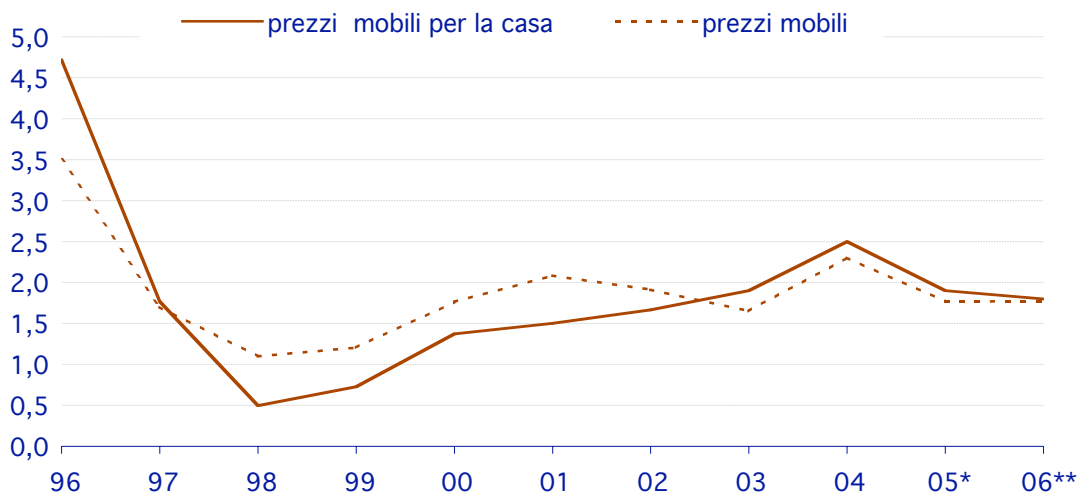
3.4.4 Prezzi

Il 2004 ha mostrato a consuntivo un aumento dei prezzi alla produzione del 2,5%, incremento di poco superiore a quello registrato dall'intero settore a causa di un incremento dei salari e di alcune materie prime come le materie plastiche, il metallo e i pannelli.

Anche per il 2005 si prevede un tasso di inflazione alla produzione del comparto leggermente superiore a quello del settore nel suo complesso e pari all'1,9%. L'apprezzamento del cambio dell'euro ridurrà l'inflazione importata dagli andamenti dei prezzi del petrolio e delle materie prime e la debolezza della domanda renderà difficile trasferire sui consumatori finali l'aggravio dei costi, ma comunque l'aumento delle retribuzioni e del costo dei servizi agiranno comunque da acceleratori.

Nel 2006 vi sarà un altro aumento dei prezzi alla produzione dell'1,8% determinato dagli stessi fattori. La spinta inflazionistica andrà quindi lentamente riducendosi, riportando l'aumento dei prezzi alla produzione del segmento mobili per la casa in linea con il settore nel suo complesso. Gli incrementi dei prezzi delle materie prime saranno infatti più contenuti e anche i costi operativi registreranno aumenti inferiori a quelli del 2005.

Graf. 3.30 Andamento dei prezzi alla produzione dei mobili per la casa 1999-2006. Variazioni annue percentuali



Fonte: elaborazioni Csil

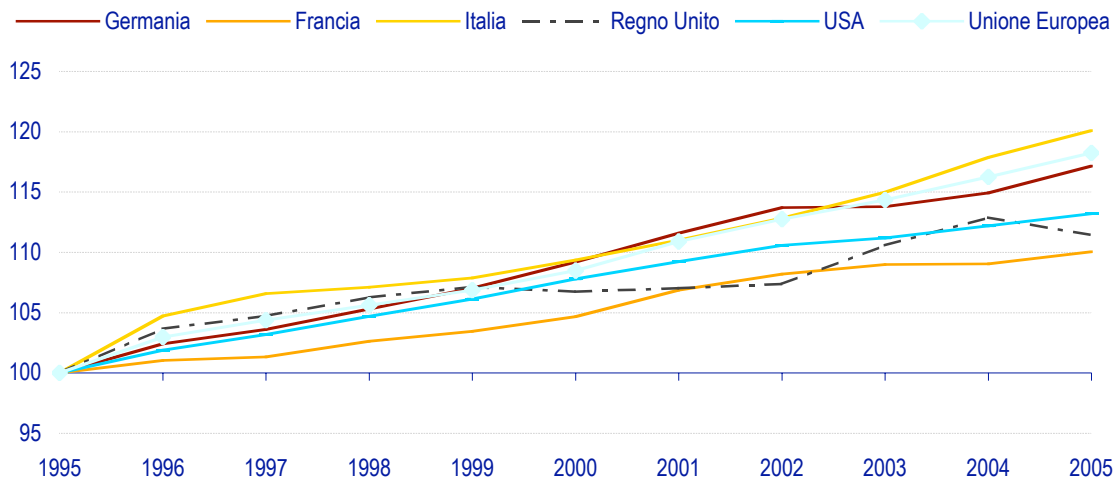
Nota: (*) pre-consuntivi, (**) previsioni

Rispetto ai principali concorrenti, l'aumento dei prezzi registrato dal comparto dei mobili per la casa nel 2004 ha comportato perdite significative di competitività solo nei confronti dei prodotti statunitensi, francesi e in parte tedeschi. Il confronto con l'andamento dei

prezzi di questi paesi mostra infatti un incremento del prezzo relativo dei mobili italiani. Rispetto ai prodotti inglesi invece resta sostanzialmente invariato il prezzo relativo e, anzi, l'apprezzamento della sterlina rispetto all'euro ha giocato a favore dei prodotti italiani. Nel 2004 comunque l'incremento dei prezzi italiani è stato superiore di quasi un punto percentuale alla media europea e a quella statunitense.

Nel 2005 invece sta diminuendo il divario tra l'andamento dei prezzi italiani e la media europea; è infatti migliorato il prezzo relativo dei mobili italiani rispetto a quelli tedeschi e anche rispetto ai mobili francesi la situazione è leggermente migliorata. All'esterno dell'area euro, i prezzi dei mobili inglesi continuano a scendere mentre quelli americani stanno registrando un'inflazione superiore al 3%.

Graf. 3.31 Andamento dei prezzi alla produzione dei mobili per la casa nei principali paesi europei. Numeri indice base 1995



Fonte: elaborazioni Csil su dati Eurostat

3.5 Mobili per l'ufficio

3.5.1 Produzione

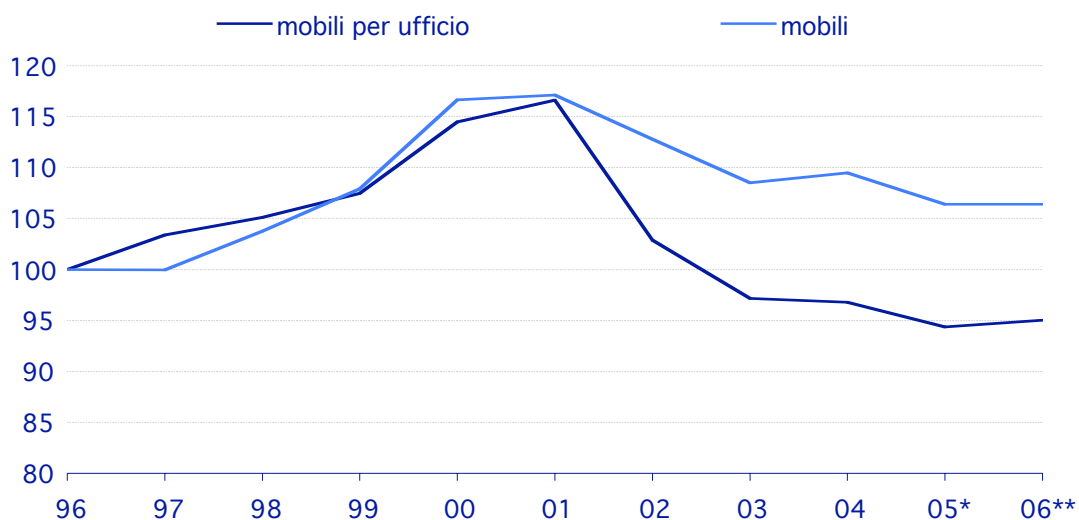
Nel 2004 la produzione di mobili per l'ufficio ha raggiunto il valore di 1.340 milioni di euro e rappresenta quasi il 7% del totale della produzione italiana di mobili.

Rispetto al 2003 il comparto ha registrato solo una piccola flessione dello 0,4% a prezzi costanti dopo due anni nei quali aveva registrato perdite medie dell'8,7% in termini reali. Nel 2004 infatti la forte crescita registrata dall'economia mondiale nel suo complesso non ha interessato anche l'Italia il cui Pil è aumentato solo dell'1,1%.

Questo aumento seppur moderato ha però significato per il comparto un input positivo che si è palesato con una piccola ripresa della domanda interna, mentre le esportazioni hanno registrato una nuova diminuzione che ha portato la percentuale di fatturato realizzato all'estero al 35,5% ben al di sotto del 40% registrato nel 2001.

Rispetto al settore del mobile nel suo complesso, il comparto dei mobili per ufficio è stato l'unico a registrare nel 2004 un andamento negativo seppur di lieve entità, ma non è l'unico a non essere cresciuto in quanto anche la produzione di mobili imbottiti ha registrato una sostanziale stabilità.

Graf. 3.32 Andamento della produzione di mobili per l'ufficio 1996-2006. Numeri indice base 1996=100



Fonte: elaborazioni Csil

Nota: (*) pre-consuntivi, (**) previsioni

Tab. 3.12 Previsioni mobili per l'ufficio. Variazioni annue percentuali

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Variazioni a prezzi costanti						
Produzione	1,9	-11,8	-5,6	-0,4	-2,5	0,7
Consumo interno (1)	1,0	-9,5	-2,0	0,5	-3,6	0,7
Esportazioni	2,5	-17,9	-9,7	-1,4	1,2	2,0
Importazioni	-5,2	-14,7	1,9	4,2	9,0	10,0
Variazioni percentuali						
Prezzi alla produzione	2,7	2,7	1,1	3,2	2,0	1,7

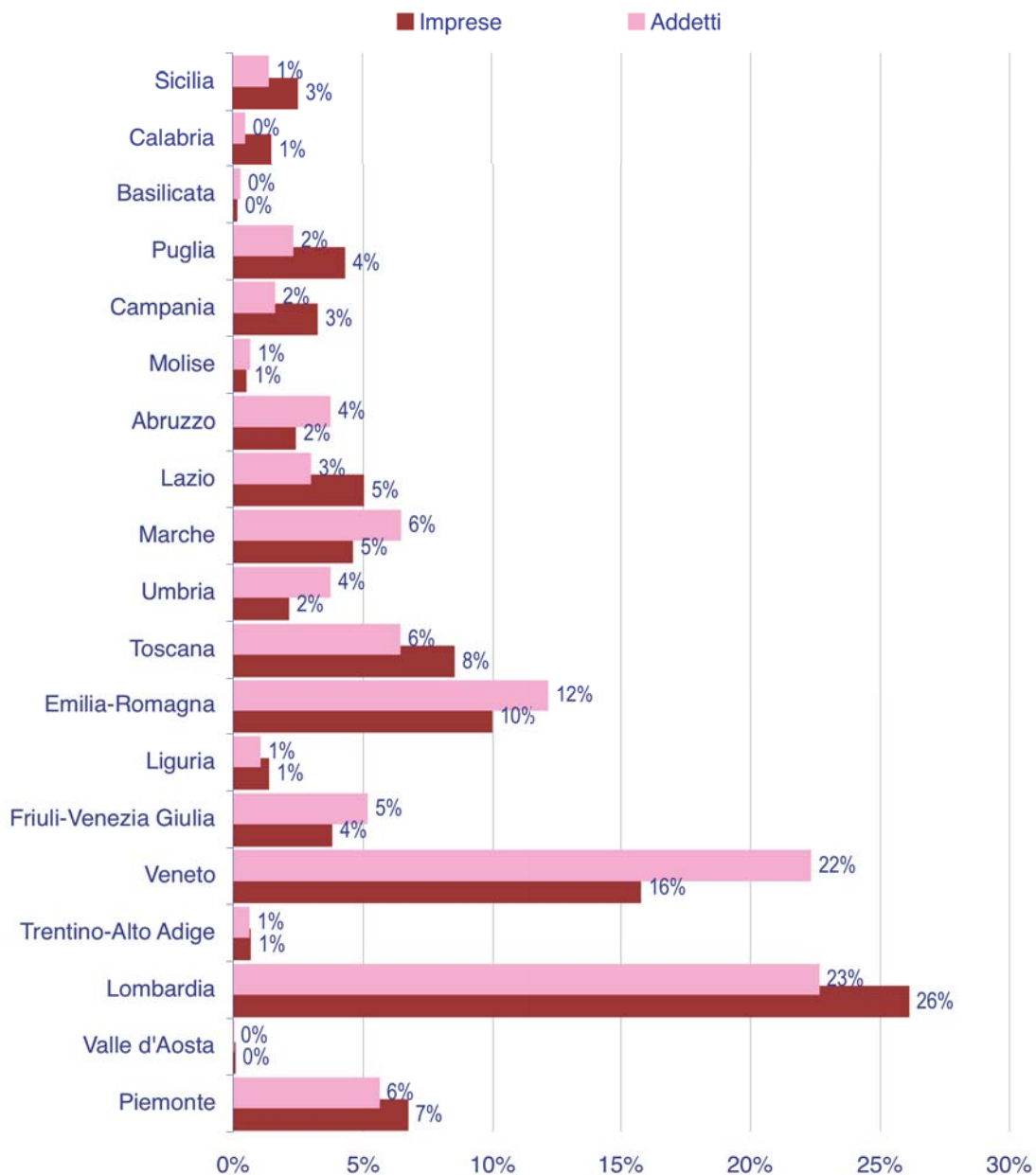
Fonte: elaborazioni Csil; 2001-2004 consuntivi; 2005- 2006 previsioni Csil

Note: (1) somma del valore della produzione e delle importazioni, meno il valore delle esportazioni

Per l'anno in corso purtroppo l'inizio di ripresa previsto l'anno passato non si sta verificando e il comparto chiuderà l'anno con una flessione del 2,5% a prezzi costanti in seguito ad una debole domanda interna. Le esportazioni registreranno invece un aumento dell'1,2%.

Il 2006 sarà ancora un anno di attesa in cui le esportazioni continueranno a crescere sebbene a tassi modesti e la domanda interna dovrebbe presentare un primo accenno di ripresa che porterà ad un aumento dell'offerta di solo lo 0,7% a prezzi costanti.

Graf. 3.33 Imprese e addetti per regioni. Ripartizione percentuale



Fonte: elaborazioni Csil su dati Istat, Censimento dell'Industria e dei Servizi 2001.

3.5.2 Consumo

Il 2004 si è chiuso con un incremento del consumo interno pari allo 0,5% a prezzi costanti. L'anno in corso non presenterà invece tassi di crescita positivi e le cifre dei dati macroeconomici infatti mostrano l'esistenza di una situazione ancora incerta che non incentiva gli investimenti in beni strumentali da parte delle imprese (tra cui rientrano inevitabilmente i mobili per l'ufficio).

Relativamente ad altre variabili che influiscono sull'andamento del comparto, oltre ai risultati complessivi dell'economia, esercita una certa influenza il livello di occupazione, che è prevista in leggera crescita nel 2005. Per l'anno in corso è stato previsto un nuovo aumento del numero degli occupati, ma di intensità modesta (+0,3%), mentre l'incremento previsto per il numero di dipendenti nel settore dei servizi destinati alla vendita risulta più consistente (+2,2%).

Riguardo le dinamiche del settore dell'edilizia non residenziale, che pure hanno un impatto notevole sulla vendita di mobili per ufficio il 2004 ha registrato una crescita sia delle costruzioni non residenziali per le attività economiche che delle opere pubbliche e questi investimenti insieme a quelli del 2003 avrebbero già dovuto iniziare a presentare effetti positivi sul consumo nel 2005 che in parte invece slitteranno sul 2006.

Per il 2006, infatti, si prevede un aumento della domanda interna che interesserà sia i mobili di produzione nazionale che quelli importati che nel 2005 arriveranno a rappresentare il 7% del consumo interno (percentuale di molto inferiore al valore medio del settore). Nello specifico le importazioni aumenteranno del 10% a prezzi costanti mentre il consumo interno nel suo complesso registrerà solo un aumento dello 0,7%.

Tab. 3.13 Vendite di mobili per ufficio a confronto con alcuni indicatori di domanda potenziale, 1999-2006. Variazioni annue percentuali

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Consumo	6,1	5,1	1,0	-9,5	-2,0	0,5	-3,6	0,7
Dati macroeconomici								
PIL	1,4	2,9	1,8	0,4	0,4	1,0	0,1	0,7
Produzione industriale fabbricati non residenziali	0	4,4	-0,7	-1,4	-0,7	-0,6	-1,1	1,0
Investimenti fissi lordi	3,2	7,7	3,4	-2,1	1,3	2,5	1,1	0,5
Occupati	4,6	6,1	1,5	1,3	-2,1	1,9	-1,0	1,4
-unità di lavoro dipendente nei servizi destinabili alla vendita	1,2	2,1	1,3	1,3	0,4	0,8	0,3	0,3
-unità di lavoro dipendente nei servizi non destinabili alla vendita	3,2	1,8	2,9	2,9	1,9	1,3	2,2	0,9
-nell'industria	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	-1,2	-0,9	-0,3	-0,3
	3,1	7,1	2,7	-3,1	0,4	0,1	0,7	0,5

Fonte: elaborazioni Csil su dati Prometeia.

3.5.3 Interscambio commerciale

Nel 2004 le esportazioni italiane di mobili per ufficio hanno raggiunto il valore di 474 milioni di euro. Rispetto al 2003 si è registrato un aumento dell'1,7% in valore, ma un calo a prezzi costanti dell'1,4%.

Nonostante un andamento dell'economia mondiale piuttosto brillante le aziende italiane non hanno potuto approfittare di questa crescita in quanto maggiormente presenti sui mercati della zona euro che effettivamente hanno registrato tassi di incremento del Pil inferiori al 2%. Sui restanti mercati extra-europei poi l'apprezzamento dell'euro rispetto al dollaro ha reso più costosi i prodotti italiani che già risentivano di un aumento dei prezzi alla produzione generato dall'andamento dei costi delle materie prime.

Scendendo più nel dettaglio sui principali paesi di sbocco delle esportazioni italiane di mobili per ufficio, sui mercati francese e inglese nel 2004 le vendite hanno ricominciato a crescere, ma mentre in Francia si è ritornati sui livelli del 2002, nel Regno Unito tale aumento ha coperto solo in piccola parte le perdite subite nel 2003.

Nel primo paese l'incremento più consistente ha riguardato la vendita di sedute (+22% seating contro +13% altri mobili per ufficio) mentre il Regno Unito, rispetto al 2003, ha diminuito le proprie importazioni di sedute (-8%) e ha aumentato quelle degli altri mobili per ufficio (+10%).

Il terzo mercato di riferimento è rappresentato dalla Spagna che ha scavalcato gli USA e ha registrato nel 2004 un aumento del 20% delle importazioni dall'Italia (+7% delle sedie per ufficio e +43% di altri mobili per ufficio in valore rispetto al 2003). Le vendite negli Stati Uniti hanno invece subito un calo che ha interessato sia le sedute che gli altri mobili.

Si conferma la crisi del mercato tedesco che presenta una nuova flessione e porta la Germania a diventare il quinto acquirente di mobili per l'ufficio italiani. Il calo ha riguardato in misura più rilevante il segmento delle sedie.

I dati dei primi otto mesi del 2005 registrano aumenti delle esportazioni negli Stati Uniti, in Germania e in Russia, mentre diminuiscono le vendite in Francia, Regno Unito e Spagna. L'evoluzione dell'anno in corso si prospetta quindi leggermente migliore grazie ad una ripresa della domanda di Stati Uniti e Germania (un po' a sorpresa). Sui mercati che operano in dollaro permane una situazione difficile dovuta alla forza dell'euro rispetto al dollaro e all'andamento dei prezzi dei mobili italiani rispetto ai principali competitors.

In sintesi per il 2005 si prevede un aumento delle esportazioni dell'1,2% in volume a fronte di una domanda estera da parte dei mercati di sbocco in crescita più decisa.

Box 15. Le esportazioni di mobili per ufficio per tipologia di prodotto

IL SEATING. Nel 2004 i primi 5 mercati di destinazione delle esportazioni italiane di sedute per ufficio hanno assorbito quasi il 69% delle vendite totali all'estero di tale prodotto (nel 2003 tale percentuale era pari al 67%). Tutti i principali mercati sono europei e il mercato extra-UE più importante è rappresentato dagli Stati Uniti che acquistano solo l'1,7% delle esportazioni totali. Tra i primi 5 mercati solo Francia e Belgio hanno registrato aumenti, mentre Regno Unito, Germania e Spagna hanno mostrato flessioni comprese tra l'8 e il 10% in valore. I dati dei primi 8 mesi del 2005 mostrano rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente una diminuzione delle vendite in tutti e quattro i primi mercati di destinazione.

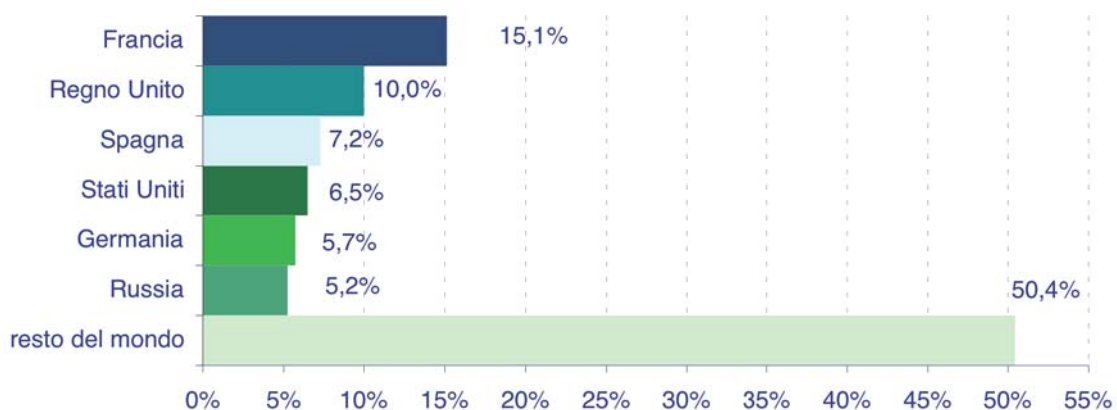
GLI ALTRI MOBILI PER UFFICIO. Rispetto alle sedute le esportazioni di altri mobili per l'ufficio presentano un ventaglio più ampio di mercati di destinazione. I primi 5 mercati detengono infatti il 41% del totale delle esportazioni e anche i mercati extra-europei hanno una quota non irrisoria: solo Stati Uniti e Russia assorbono il 14,5% delle vendite all'estero. Nel 2004 tra i primi 10 mercati di riferimento solo Stati Uniti e Germania hanno presentato delle flessioni, mentre i restanti paesi sono cresciuti con tassi superiori al 10% a prezzi correnti. I dati dei primi 8 mesi del 2005 registrano aumenti delle esportazioni italiane in Francia, Stati Uniti, Germania, Russia e Svizzera, mentre diminuiscono le vendite nel Regno Unito e in Spagna.

Tab. 3.14 Esportazioni di mobili per ufficio per tipologia di prodotto, 1999-2004

	1999	2004	1999	2004	04/03	media 99-04
	milioni di ECU-EURO		quote %		var. % annua	
Sedute per ufficio	138,6	112,0	27,7	23,6	0,1	-3,0
Altri mobili per ufficio	362,2	362,2	72,3	76,4	2,2	0,0
Totale mobili per ufficio	500,7	474,2	100	100	1,7	-0,8

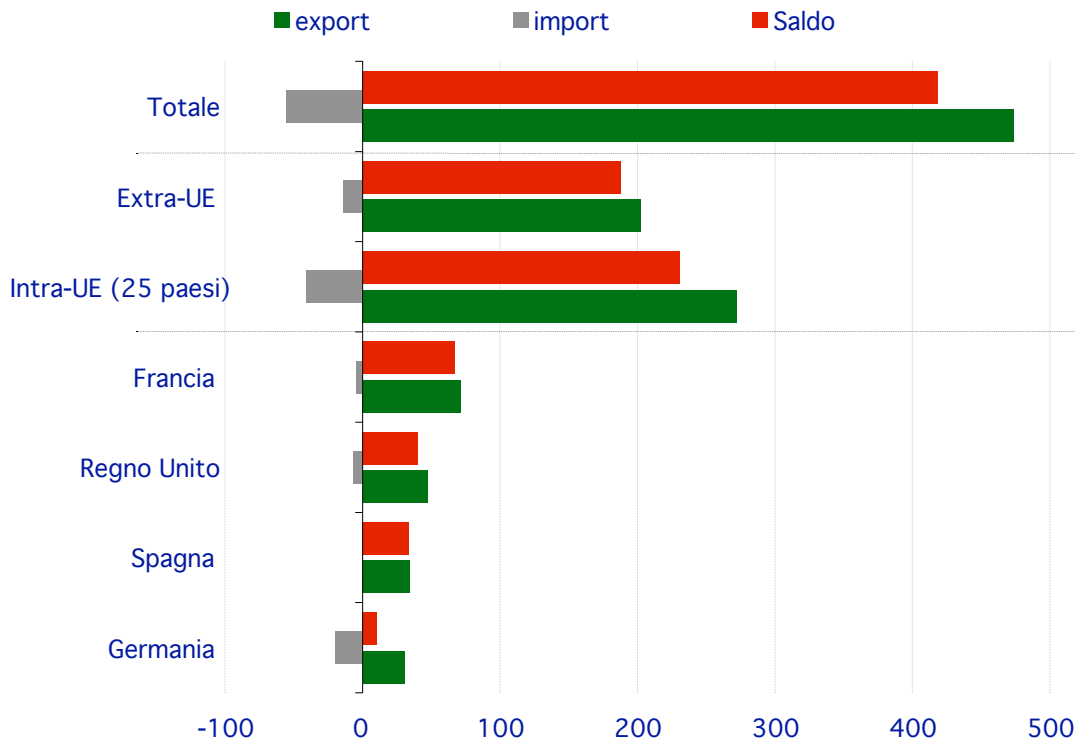
Fonte: elaborazioni Csil su dati Eurostat

Graf. 3.34 Destinazione delle esportazioni di mobili per l'ufficio, 2004. Quote percentuali su dati in valore



Fonte: elaborazioni Csil su dati Eurostat

Graf. 3.35 Interscambio commerciale di mobili per l'ufficio, 2004. Dati in milioni di euro



Fonte: elaborazioni Csil su dati Eurostat

Nel 2006 una domanda più decisa proveniente dal mercato statunitense e una possibile continuazione della crescita della domanda tedesca si affiancheranno alla buona tenuta dei consumi russi e svizzeri consentendo al segmento dei mobili per ufficio di esportare il 2% in più rispetto al 2005 a prezzi costanti.

Andamento delle quote di mercato e principali competitori

Nonostante le perdite registrate nel triennio 2002-2004, i mobili per l'ufficio italiani non hanno registrato perdite rilevanti di quote sui consumi interni dei principali paesi clienti ad eccezione della Germania dove il principale concorrente dell'Italia è rappresentato oltre che dai produttori locali anche dalla Polonia.

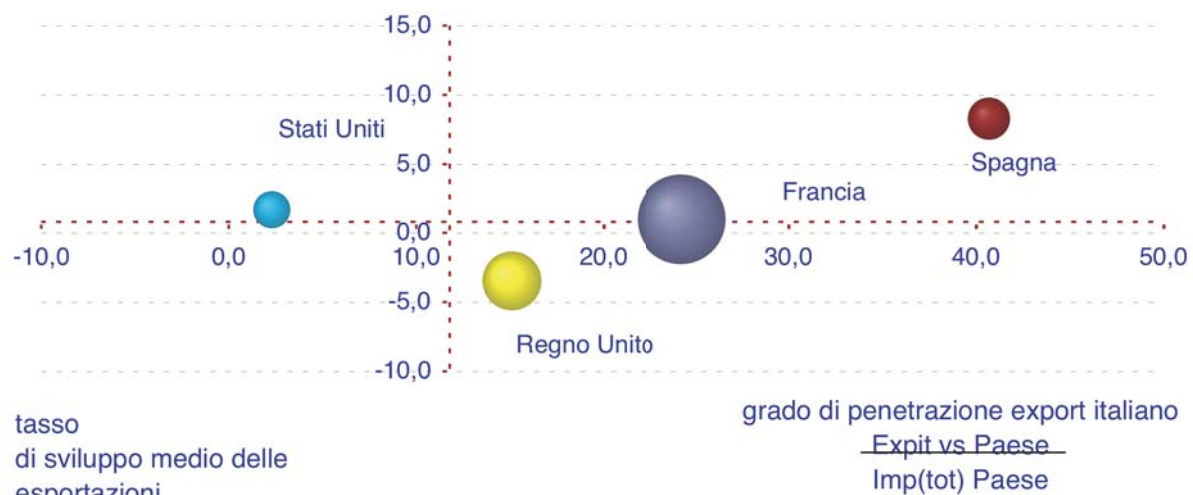
Rispetto al 2003 invece è aumentato il grado di penetrazione dei mobili italiani per l'ufficio sui consumi interni di Francia e Spagna dove nuovamente il principale concorrente è rappresentato dalla Germania. Risultano invece stabile le quote italiane sui restanti principali mercati.

Tab. 3.15 Grado di penetrazione dei mobili per ufficio italiani sui principali mercati esteri

Paesi di destinazione delle esportazioni	Quote % delle esportazioni italiane sulle importazioni di mobili per ufficio		Quote % delle esportazioni italiane sui consumi di mobili per ufficio	
	1999	2004	1999	2004
Francia	25,7%	24,2%	6,9%	8,0%
Regno Unito	20,6%	15,1%	4,1%	4,2%
Spagna	48,6%	40,7%	6,5%	8,1%
Stati Uniti	2,0%	2,3%	0,2%	0,4%
Germania	21,2%	11,6%	2,2%	1,4%

Fonte: elaborazioni Csil

Graf. 3.36 I principali mercati di destinazione dei mobili per ufficio, 1999-2004



Fonte: elaborazioni Csil

Importazioni

Nel 2004 l'Italia ha importato mobili per ufficio per un valore pari a 55,5 milioni di euro. In termini di quota sui consumi interni, i prodotti importati quindi rappresentano solo il 6%. Rispetto al 2003 si è registrato un aumento del 4,2% a prezzi costanti che ha interessato in misura maggiore il segmento delle sedute.

Nel dettaglio, le sedute rappresentano quasi il 24% dell'import di settore e provengono quasi esclusivamente dalla Germania, che da sola copre quasi il 54% del valore immesso sul mercato. Per quanto riguarda invece gli altri mobili per ufficio, seppur la Germania risulti il principale fornitore italiano, rivestono un ruolo importante anche Francia, Cina e Austria. Nel 2004 infatti la Cina ha raddoppiato le proprie esportazioni di mobili per ufficio in Italia e ormai rappresenta il secondo fornitore con una quota sul totale dei mobili per ufficio importati del 12%.

Anche la Germania e la Francia hanno però ampliato il loro mercato in Italia, mentre sono diminuite le importazioni dal Regno Unito e dall'Austria.

I dati dei primi 8 mesi del 2005 mostrano una crescita delle importazioni che interessa in particolare i flussi in entrata dal regno Unito e dalla Germania.

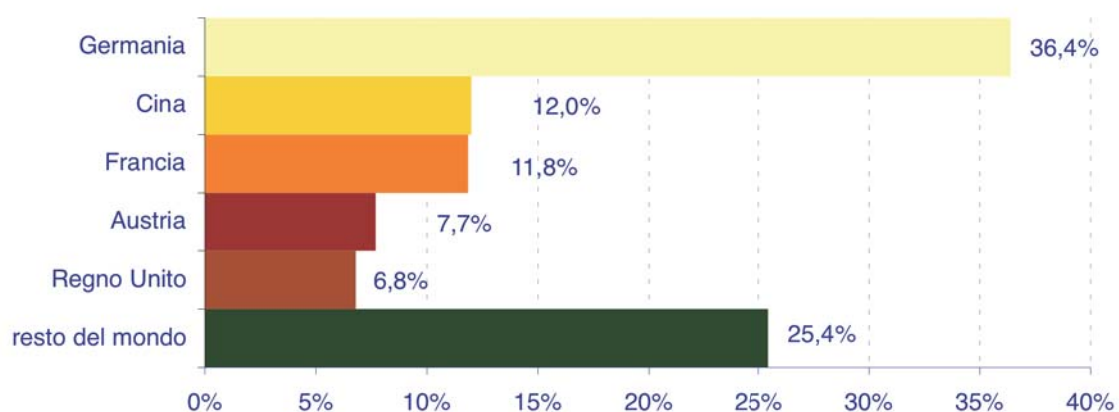
Nel 2005 il mantenimento di un euro forte dovrebbero agire da stimolo alle importazioni sia dai paesi europei che in particolare dalle nazioni non appartenenti all'area euro nonostante la presenza di una domanda interna in difficoltà e portare ad un aumento delle importazioni italiane dell'8% a prezzi costanti. Nel 2006 la ripresa della domanda interna dovrebbe consentire un ulteriore aumento del 10% a prezzi costanti.

Tab. 3.16 Importazioni di mobili per ufficio per tipologia di prodotto, 1999 - 2004

	1999	2004	1999	2004	04/03	media 99-04
	milioni di ECU-EURO		quote %		var. % annua	
Sedute per ufficio	9,3	13,3	18,1	23,9	20,3	5,2
Altri mobili per ufficio	42,1	42,2	81,9	76,1	4,0	0,1
Totale mobili per ufficio	51,4	55,5	100	100	7,5	1,1

Fonte: elaborazioni Csil su dati Eurostat

Graf. 3.37 Provenienza delle importazioni di mobili, 2004. Quote percentuali su dati in valore



Fonte: elaborazioni Csil su dati di fonte ufficiale

3.5.4 Prezzi

Sul fronte dei prezzi, il comparto in esame ha fatto registrare nel 2004 una dinamica inflazionistica superiore sia rispetto all'anno precedente che rispetto al valore registrato dal settore nel suo complesso, chiudendo l'anno con un aumento del 3,2%.

Questa accelerazione nell'aumento dei prezzi alla produzione è frutto di un maggior incremento del costo delle materie prime, dei semilavorati, del costo del lavoro e dei servizi rispetto al 2003. La debole dinamica del mercato interno e l'apprezzamento dell'euro hanno invece contribuito ad agire da calmierante. La crescita dei prezzi alla produzione si è riflessa inevitabilmente sui listini, seppure ancora in misura moderata rispetto all'aumento effettivo dei costi. L'adeguamento dei listini corrispondente al forte aumento dei prezzi delle materie prime si è reso necessario per non ridurre ulteriormente i margini e obbligare le imprese a produrre con una forte attenzione al costo e a prestazioni più semplificate del prodotto. Una riduzione ulteriore dei margini finirebbe per sacrificare gli investimenti in innovazione e ricerca, danneggiando quindi la competitività delle imprese.

Per il 2005 i prezzi internazionali in dollari delle commodity stanno continuando a mostrare forti tensioni nei settori del metallo, dell'energia e della chimica. Gli elevati prezzi del petrolio si riflettono nell'aumento delle tariffe dell'energia elettrica e del gas naturale sul mercato interno. Tutto questo si tradurrà in una crescita dei prezzi alla produzione del comparto del 2% più moderata rispetto al 2004, ma sempre superiore alla media del settore.

Nel 2006 la necessità di mantenersi competitivi sui mercati esteri, la mancanza di pressioni inflazionistiche dal lato della domanda e un aumento degli input fisici meno marcato rispetto agli anni precedenti consentiranno di contenere gli aumenti dei prezzi alla produzione intorno all'1,7%.

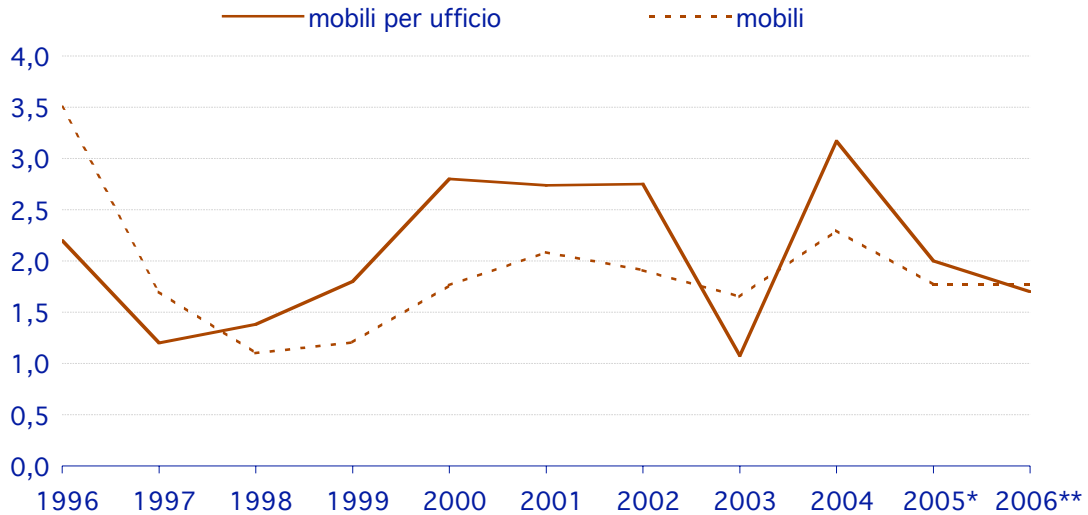
Rispetto ai prezzi alla produzione degli altri grandi produttori e dei principali mercati di destinazione, i prezzi relativi indicano per il 2004 una perdita di competitività.

L'incremento registrato dai prezzi italiani è superiore alla media europea e solo la Germania tra i principali concorrenti europei presenta un tasso di inflazione vicino a quello italiano. In Francia e nel Regno Unito i prezzi alla produzione hanno mostrato incrementi intorno al 2%, mentre al di fuori dell'Europa i mobili per ufficio italiani hanno guadagnato competitività in termini di prezzi relativi rispetto a quelli statunitensi.

Nel 2005 i dati a pre-consuntivo mostrano un recupero di competitività nei confronti dei mobili prodotti nell'Unione Europea e in particolare rispetto a Francia e Germania. Al di

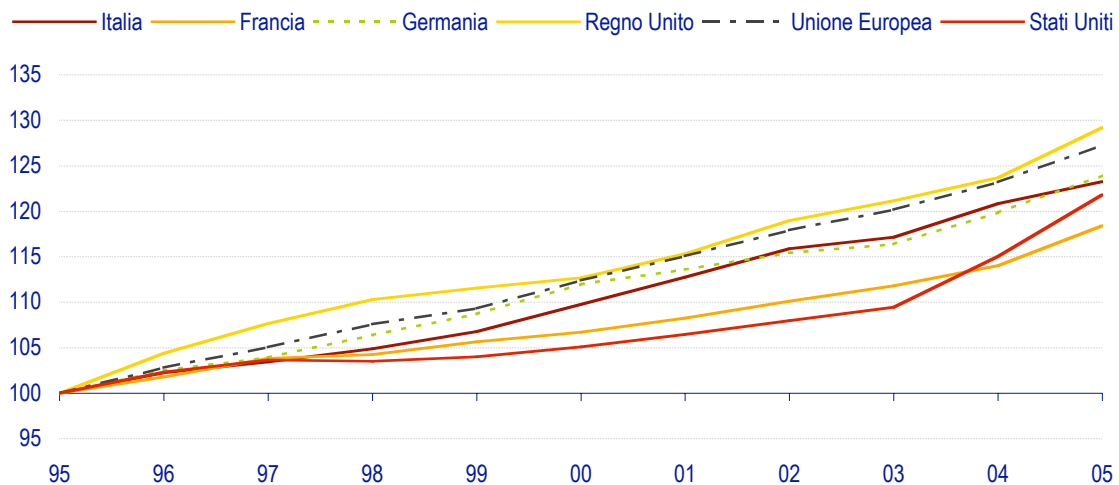
fuori dell'area euro il guadagno di competitività dovuti all'andamento dei prezzi relativi con il Regno Unito e gli Stati Uniti rischiano di essere annullati dall'effetto cambio.

Graf. 3.38 Andamento dei prezzi alla produzione dei mobili per l'ufficio, 1999-2006. Variazioni annue percentuali



Fonte: elaborazioni Csil
Nota: (*) pre-consuntivi, (**) previsioni

Graf. 3.39 Andamento dei prezzi alla produzione dei mobili per ufficio nei principali paesi europei. Numeri indice base 1995



Fonte: elaborazioni Csil su dati Eurostat