

In occasione della conferenza stampa europea per imm cologne/LivingKitchen 2019 del 6 settembre 2018 a Madrid, Jan Kurth, amministratore dell'Associazione dell'industria tedesca del mobile, illustra la situazione economica del settore:

Nel primo semestre l'industria del mobile mette a segno solo una lieve crescita dell'1%

Quasi un mobile su tre è destinato all'export

La vendita di mobili online si attesta al 14%

Al termine di un'estate epocale che ha spinto i consumatori a frequentare più le piscine e i bar all'aperto che i centri di arredamento, l'industria tedesca del mobile si ritrova ad analizzare un andamento del settore decisamente modesto. Dopo il calo delle vendite del secondo semestre 2017, nel primo semestre 2018 la congiuntura delle aziende produttrici è effettivamente leggermente migliorata, ma in realtà la vendita di mobili ha segnato il passo soprattutto sul territorio nazionale. Mentre l'inizio anno a ridosso di imm cologne ha dato ancora risultati decisamente positivi, nei mesi successivi si è imposto un chiaro rallentamento degli affari.

Nel periodo da gennaio a giugno le vendite del settore hanno fruttato circa 9,1 miliardi di Euro, quindi appena l'1% in più rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Dopo un calo del fatturato dello 0,7% nel 2017 su base annua, determinato in particolare dalla dinamica negativa del secondo semestre (-1,6%), le aziende tedesche produttrici di mobili hanno quindi finalmente generato nuovamente un piccolo aumento di fatturato,

ma la situazione è ben lontana dal potersi definire soddisfacente.

La leggera crescita è da ascrivere esclusivamente agli scambi con l'estero; infatti nei primi sei mesi le vendite oltreconfine sono cresciute del 2,7% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, mentre il fatturato realizzato sul territorio nazionale ha registrato un misero +0,3%. L'export ha approfittato della vivacità della domanda in importanti mercati di sbocco europei e dall'andamento economico positivo nelle grandi regioni in crescita all'esterno della UE. Quasi un terzo delle esportazioni tedesche di mobili sono dirette verso paesi esterni alla UE.

Nell'estate 2018 la VDM ha condotto un sondaggio fra le aziende del settore relativo alla situazione economica. La situazione attuale viene valutata come soddisfacente dal 34% e come negativa dal 40% degli intervistati, mentre solo il 26% la ritiene buona. Il 51% dei partecipanti reputa che la situazione economica sia peggiorata rispetto all'estate 2017.

La forbice fra il mercato interno e le esportazioni si riflette anche nel sondaggio: mentre la situazione interna viene valutata come negativa dalla maggior parte degli intervistati (57%), la gran parte delle aziende produttrici reputa le condizioni dell'export da buone (29%) a soddisfacenti (56%).

Anche il commercio di mobili conferma le attuali difficoltà della domanda interna. Naturalmente le temperature elevate hanno comportato lo spostamento all'esterno di

**Impulsi di crescita
dall'estero**

**Risultati del recente
sondaggio VDM**

**Situazione economica
migliore per le esportazioni
che sul mercato interno**

numerose attività, ma questa spiegazione da sola è insufficiente. Per raccogliere qualche informazione in più, nel mese di luglio la VDM ha incaricato il prestigioso istituto di ricerche di mercato Kantar TNS di svolgere uno studio rappresentativo focalizzato sul comportamento di acquisto dei tedeschi in tema di mobili. I punti di nostro interesse riguardavano soprattutto i luoghi in cui le persone raccolgono informazioni sui mobili e dove li acquistano. Negli inserti pubblicitari dei quotidiani o sui siti web dei rivenditori? I consumatori acquistano i mobili su internet, oppure hanno ragione le statistiche ufficiali sui canali di vendita che da anni gli attribuiscono una quota stabile, che oscilla fra il 7 e l'8%?

Analizziamo prima le fonti d'informazione: i negozi di mobili, dove si possono guardare i mobili di persona, restano la principale fonte d'informazione (68%), seguiti dai volantini dei mobilifici (54%). Tuttavia ormai il 48% degli intervistati si serve di internet come fonte d'informazione e ispirazione. Nelle fasce d'età più giovani (<40 anni) l'importanza della fonte d'informazione vira decisamente a vantaggio di internet (77%), mentre il 63% continua comunque a rivolgersi ai mobilifici.

In termini di fasce di istruzione si rileva una chiara correlazione con le fonti d'informazione: in caso di istruzione di livello inferiore i consumatori prediligono volantini e pubblicità dei mobilifici, mentre di pari passo con il livello d'istruzione cresce anche la quantità di informazioni reperite attivamente su internet.

Shopping online o giri per negozi? In generale un buon 80% di tedeschi ha acquistato mobili di grandi dimensioni negli ultimi 5 anni. Com'era prevedibile, questa

Cresce la raccolta di informazioni su internet

percentuale scende all'aumentare dell'età dei consumatori. Il 75% di coloro che hanno acquistato dei mobili hanno effettuato l'ultimo acquisto in un negozio fisico, mentre quasi il 10% degli acquirenti ha comprato su una piattaforma esclusivamente online e un altro 4% sul portale internet di un mobilificio. Attualmente quindi lo shopping online si accaparra una quota del 14%, il doppio di quanto ipotizzato dalle statistiche ufficiali sui canali di vendita. Fra gli acquirenti online si distinguono naturalmente i single e i giovani fino a 30 anni. Mentre i giovani non rinunceranno più agli acquisti online neanche con l'avanzare dell'età e al contempo cresceranno nuovi consumatori "online affini", la "soglia della normalità" si abbassa anche per le altre fasce di età. L'acquisto online di mobili ha quindi sicuramente in serbo ancora un grande potenziale e l'industria e la distribuzione dovrebbero sfruttarlo, proponendo concept invitanti e informazioni adeguate ai vari target, senza limitarsi alla pubblicità più scontata e tradizionale.

Inoltre riteniamo che la crescita del business online offra delle opportunità al settore del mobile: da un lato sul web la determinazione di prezzi e sconti non è così marcata come nei negozi fisici, caratterizzati da una notevole concentrazione, e dall'altro dalla Germania dovrebbe essere più semplice soddisfare con flessibilità i brevi tempi di consegna e la disponibilità tipici del mercato online.

Secondo i dati delle statistiche ufficiali, da gennaio a giugno 2018 i singoli segmenti dell'industria tedesca del mobile hanno evidenziato un andamento non omogeneo. I produttori di mobili da cucina hanno messo a segno una crescita di fatturato del 4%, raggiungendo circa

Negli ultimi 5 anni l'80% ha acquistato mobili di grandi dimensioni

Ulteriore potenziale online

Stima ufficiale: fatturato dei singoli segmenti

2,5 miliardi di Euro. Con un fatturato pari a circa 1,1 miliardi di Euro l'industria dei mobili per ufficio ha raggiunto un risultato decisamente positivo (+7,9%). Anche le aziende produttrici di mobili per negozi e contract si sono migliorate del 7,2% rispetto all'anno precedente, realizzando un fatturato di circa 920 milioni di Euro. Le aziende produttrici di imbottiti lamentano invece un calo sensibile: da gennaio a giugno 2018 le vendite sono calate del 5,3% a circa 480 milioni di Euro. Anche il fatturato realizzato con mobili per la casa, di altro genere ed elementi singoli è sceso a 3,7 miliardi di Euro facendo registrare un -1,6%; un risultato inferiore alla media del settore. Il segmento più piccolo del mercato, cioè l'industria dei materassi, evidenzia il calo di fatturato più significativo pari al 12,8%, riducendosi a circa 400 milioni di Euro; tuttavia ciò deve essere relativizzato tenendo presente gli aumenti straordinari di fatturato registrati da questo segmento negli ultimi anni.

Diamo anche uno sguardo al numero di impiegati nel settore: nelle attuali 482 aziende con oltre 50 dipendenti (-2,2%) lavorano 84.300 fra uomini e donne, con un leggero aumento (+0,7%) rispetto al livello dell'anno precedente. Nonostante le difficili condizioni di mercato entro un anno il settore creerà 600 nuovi posti di lavoro.

Nel primo semestre 2018 le esportazioni tedesche di mobili sono aumentate del 2,2% a 5,5 miliardi di Euro rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Con un +1,2% le vendite nei paesi UE si sono attestate leggermente al di sopra del livello dell'anno precedente, crescendo in misura decisamente inferiore rispetto all'export complessivo. In realtà le esportazioni verso la Francia, principale mercato d'esportazione dell'industria

L'industria del mobile genera nuovi posti di lavoro

tedesca del mobile, sono cresciute del 3,5% e anche il mercato olandese (+6,2%), polacco (+10%) e spagnolo (+6,1%) evidenziano un andamento positivo per l'industria tedesca del mobile. Tuttavia l'export verso mercati di sbocco importanti come l'Austria (-1,3%) e la Svizzera (-3,8%) è in calo.

Nel corso dell'anno l'industria del mobile ha sofferto palesemente anche delle ripercussioni negative delle discussioni sulla Brexit e della svalutazione della sterlina; nel primo semestre 2018 le esportazioni di mobili verso la Gran Bretagna si sono infatti ridotte dell'8,9%. Fra i grandi mercati d'esportazione il Regno Unito è quello che, agli occhi delle aziende tedesche produttrici di mobili, evidenzia l'andamento peggiore.

Al momento i principali mercati in crescita per le vendite di mobili tedeschi si trovano fuori dalla UE. Da sottolineare la performance straordinaria delle aziende tedesche nei grandi mercati di USA (+9,5%), Cina (+25,9%) e Russia (+14%). Considerando le dimensioni dei singoli mercati e la forte domanda di mobili di qualità, anche questi risultati possono sicuramente essere migliorati. Anche altri mercati extraeuropei come Canada, Messico, Giappone, Corea del Sud e Singapore si stanno attualmente comportando positivamente, ma l'export verso questi paesi si muove ancora su livelli relativamente bassi. Complessivamente negli anni venturi i paesi extraeuropei potrebbero diventare un importante motore di crescita per l'industria tedesca del mobile.

Nel primo semestre 2018 la quota di export industriale, ossia la quota di merci fornite direttamente all'estero ad

Trend negativo in Gran Bretagna

Boom di esportazioni verso USA, Cina e Russia

opera delle aziende tedesche calcolata sul fatturato totale del settore, è schizzata a un inedito 32,6%. Nel primo semestre 2017 lo stesso indice ammontava solo al 32,1%. Dall'inizio del millennio la quota di esportazioni dell'industria del mobile è quindi raddoppiata.

La quota di esportazioni sale al 32,6%

Il successo delle aziende tedesche all'estero è dovuto alla qualità, all'affidabilità delle consegne, al design e alla personalizzazione dei nostri prodotti. Le aziende tedesche spesso gestiscono procedure e logistica meglio dei loro concorrenti internazionali. Questi sono motivi d'acquisto importanti per i consumatori, siano essi di Shanghai, San Pietroburgo o San Francisco.

Apprezzamento dei mobili "Made in Germany"

Proprio a causa della crescente importanza dell'export per il settore la VDM potenzierà a breve i propri servizi di assistenza alle esportazioni destinati alle imprese: un nuovo gruppo di lavoro VDM Export fornirà supporto agli scambi fra le singole aziende, indicherà i mercati principali e coordinerà tutte le attività di esportazione e partecipazione alle fiere di settore. Il know how relativo ai singoli mercati d'esportazione sarà trasmesso alle aziende produttrici di mobili in modo mirato, nel corso di workshop e giornate informative. Parallelamente saranno messi a disposizione ausili pratici di lavoro per favorire il successo all'estero delle imprese tedesche. Questi ulteriori servizi di assistenza alle esportazioni aiuteranno le aziende tedesche a conquistare maggiori quote di mercato sul mercato globale.

Maggiore assistenza alle esportazioni

La concorrenza in termini di importazioni resta agguerrita: dopo che nel 2017 le importazioni tedesche di mobili erano salite a 12,7 miliardi di Euro con un aumento dello 0,8%, nel primo semestre 2018 sono aumentate

ulteriormente a 6,6 miliardi di Euro con un + 0,6%. Nello stesso periodo il disavanzo con l'estero si è tuttavia ridotto dell'8,1% scendendo a circa 1,2 miliardi di Euro grazie al deciso aumento dell'export. Nel complesso in Germania le importazioni di mobili dall'Est Europa si impongono nei confronti della concorrenza asiatica. La Polonia ha guadagnato un altro 7,4%, confermandosi di gran lunga, come negli anni scorsi, il paese con i maggiori volumi di import di mobili verso la Germania. Oltre un mobile su quattro importato in Germania (26,3%) proviene ormai dal nostro vicino ad Est. Con un leggero +0,7% la Repubblica Ceca si piazza al terzo posto per le importazioni. Complessivamente le importazioni dai paesi UE hanno messo a segno un chiaro aumento dell'1,8%, mentre le importazioni dall'Asia sono calate in misura superiore alla media (-5,9%), in particolare da Vietnam (-12,3%), Taiwan (-13,9%) e Indonesia (-9,8%); anche l'import dalla Cina, al secondo posto per le importazioni di mobili verso la Germania, ha fatto registrare un notevole calo del 5,2%. La struttura delle importazioni tedesche di mobili evidenzia un'elevata concentrazione: circa il 56% di esse va attualmente a vantaggio dei primi tre paesi fornitori, nello specifico Polonia, Cina e Repubblica Ceca.

Quasi due terzi dei partecipanti al sondaggio VDM ritiene che nei prossimi sei mesi le condizioni del business rimarranno immutate, mentre il 24% confida in un suo miglioramento e solo il 12% teme un peggioramento. È opinione degli intervistati che nei prossimi sei mesi la congiuntura sarà influenzata principalmente dall'aumento dei prezzi delle materie prime (33% degli intervistati), dalla carenza di mano d'opera (27%), dalla

Lieve aumento delle importazioni

Il 56% delle importazioni proviene da Polonia, Cina e Repubblica Ceca

crescente pressione delle importazioni (18%) e dall'aumento del protezionismo politico (9%).

In particolare l'aumento dei costi dei materiali per il legno massello costituisce un ostacolo allo sviluppo del settore. Le aziende dell'industria tedesca del mobile intervistate riportano una crescita media dei costi del legno massello del 9% rispetto all'estate 2017. Nello stesso periodo i materiali lignei sono rincarati del 5%, i costi di logistica di un altro 5% e i costi per il personale del 3%. In considerazione del potere di mercato delle associazioni d'acquisto questi aumenti possono essere ribaltati sulla distribuzione tedesca di mobili solo in misura insufficiente.

Mentre il contributo dei mercati esteri al fatturato dell'industria tedesca del mobile dovrebbe rimanere positivo anche nel secondo semestre, considerata la forte crescita dell'ultimo periodo, sul territorio nazionale la congiuntura appare sempre più appannata. In Germania si offusca anche il morale dei consumatori. I principali istituti di ricerca di mercato hanno recentemente rivisto al ribasso le previsioni economiche per l'anno in corso. Su tale base ipotizziamo anche a fine anno una crescita di fatturato su base annua pari a circa l'1%.

L'aumento dei costi per i materiali impatta con forza sul settore

Previsione per l'anno in corso: +1%