

8,1%

percentage of Chinese imports obtained by Italian furniture producers in 2012

WHEN OUR SHIP COMES IN...
E la nave va...

CHINA AND THE USA

The furniture market moving again

CINA E USA FANNO RIPARTIRE IL MERCATO DEL MOBILE

AT LAST THE INTERNATIONAL SCENARIO IS ACQUIRING SERENITY, NOW THAT THE FIGURES RELATING TO THE TWO MAJOR WORLD POWERS ARE SHOWING AN UPWARD TREND. 2014 WILL BE ANOTHER YEAR OF UNCERTAINTY FOR THE GREAT EUROPEAN MANUFACTURERS BUT THE ITALIAN WOOD AND FURNISHING INDUSTRY STILL HAS ENORMOUS POTENTIAL TO EXPLOIT, ESPECIALLY IN THE MIDDLE AND FAR EASTERN COUNTRIES. THANKS TO THE UNEQUALLED APPEAL OF THE 'MADE IN ITALY' BRAND.

Two factors are impacting the international furniture market and offering prospects for an improvement in the world economy, following the serious crisis of 2008 and 2009. The first of these regards an upturn in demand on the US domestic market which, in 2013, as we wait for the final figures to be announced, should reflect the same volume of imports as 2007. The second factor has to do with China which, in the years of the recession, managed to double its furniture exports, increasing their value from 25 billion dollars in 2009 to 52 billion in 2013. Also in view of this trend, the furniture market should start to recover in 2014, albeit slowly, following its standstill in 2009. An overall picture that is slightly more optimistic (forecasted at +3%) which would not be possible without the contribution of emerging countries that are able to compensate for the prolonged stagnation of western Europe.

Italy, one of the greatest exporters of furniture, together with Germany and Poland, has a somewhat uncertain 2014 to look forward to, but may count on the driver of foreign demand. Exports should in fact grow by 3%, boosting production by 2%.



Another element destined to impact the future of the wood and furnishing industry will be the companies' ability to address the challenge of innovation, by adopting the new manufacturing technologies that are able to enhance creativity and reduce manufacturing times, without detriment to the traditional skills of artisanal

workmanship: we refer in particular to the new digital technologies, comprising laser cutting and three-dimensional printing. The areas in which innovation will mainly be deployed are those of materials, manufacturing processes, digitalization and energy efficiency. Whoever makes progress in these ambits will have a greater chance of survival and market leadership. The Middle East is one of the most promising areas for the expansion of furniture Made in Italy, a brand which also exercises its charm in that area. However, Italy must succeed in turning this competitive edge into tangible benefits. In the Far East, the target market is obviously China where, in 2012, the best results were achieved by German furniture producers, which managed to obtain an 18.1% share of Chinese imports, ahead of Japan (15%), USA (8.5%) and Italy (8.1%). China is the world's greatest producer and exporter of furniture and furnishing accessories: in 2012 its production touched the mark of 183 billion dollars. In the 2006-2011 period, sales on the domestic market grew at an average annual rate of 25%, equivalent to a value of 90 billion US dollars at the end of 2011 (Source: Newsmercati).

di Alessandro Bignami

Due sono i fattori che stanno muovendo il mercato internazionale del mobile e offrendo delle prospettive per un miglioramento nel panorama economico mondiale, dopo la pesante crisi del 2008 e del 2009. Il primo di questi fattori è il rialzo della domanda interna degli Stati Uniti, che nel 2013, in attesa dei dati consuntivi definitivi, dovrebbero tornare a importare gli stessi volumi del 2007. Il secondo fattore è legato alla Cina, capace, negli anni della recessione mondiale, di raddoppiare le esportazioni di mobili, passando dai 25 miliardi di dollari nel 2009 ai 52 miliardi nel 2013. Anche in virtù di queste tendenze, il mercato del mobile, dopo lo stop del 2009, dovrebbe risalire la china, anche se con lentezza, nel 2014. Un quadro complessivo un po' più roscio (+3% la previsione) che non sarebbe possibile senza il contributo dei paesi emergenti, in grado di compensare la stagnazione prolungata dell'Europa occidentale. L'Italia, tra i maggiori esportatori di mobili insieme a Germania e Polonia, deve attendersi un 2014 ancora incerto, ma che conterà sul traino della domanda estera. Le esportazioni dovrebbero infatti crescere del 3%, portando alla produzione un incremento del 2%. Sul futuro del settore legno e arredo peserà anche la capacità delle aziende di cogliere la sfida dell'innovazione,

adottando le tecnologie produttive oggi a disposizione e in grado di accentuare creatività e velocità della lavorazione, nel rispetto dell'antica sapienza artigianale: si tratta in particolare delle nuove tecniche digitali, tra cui le taglierine laser e le stampanti tridimensionali. I campi su cui si giocherà gran parte della partita dell'innovazione sono rappresentati dai materiali, dai processi, dalla digitalizzazione e dall'efficienza energetica. Chi saprà progredire su questi fronti avrà le maggiori chance per resistere ed imporsi.

Il Medio Oriente è una delle aree chiave per l'espansione del mobile Made in Italy; un brand che anche da quelle parti suona sempre affascinante. L'Italia, tuttavia, deve riuscire a concretizzare meglio questo vantaggio competitivo. Nel Far East il mercato di riferimento è naturalmente la Cina, dove i risultati migliori, nel 2012, li hanno ottenuti i mobilifici tedeschi, che si sono presi una quota delle importazioni cinesi pari al 18,1%, davanti a Giappone (15%), Usa (8,5%) e Italia (8,1%). La Cina è il maggiore produttore ed esportatore di mobili e di articoli di arredamento: nel 2012 la sua produzione ha raggiunto i 183 miliardi di dollari. Le vendite sul mercato interno, nel periodo 2006-2011, sono cresciute a un tasso annuo medio del 25%, raggiungendo un valore, a fine 2011, di 90 miliardi di dollari Usa (fonte: Newsmercati).

It set sail on 13 November 2013 from Civitavecchia and will return to Italy on 7 April after stopping off at five ports in the Persian Gulf (Abu Dhabi in the UAE, Doha in Qatar, Mina Sulman in Bahrain, Kuwait City in Kuwait and Dubai in the UAE) and sailing around Africa. On board the Cavour aircraft carrier (the prestigious flagship of the Italian Military Fleet), engaged in its latest mission as a floating trade exhibition, there is a concentration of Italian excellence, in which Wood and Furniture occupies an important space, not only metaphorically, but also in the shape of a 150 square metre stand. The event that gave rise to this voyage was the National holiday of the United Arab Emirates.

The Cavour's voyage intends to promote EXPO 2015 in the Arabian Gulf and on the African continent, and to support the 'Made in Italy' brand on expanding markets. This is not only a prestigious institutional showcase, but also a real opportunity for the Italian furniture industry to do business.



È salpata il 13 novembre 2013 da Civitavecchia e riapproderà in Italia il 7 aprile, dopo le cinque tappe nel Golfo Persico (Abu Dhabi negli EAU, Doha in Qatar, Mina Sulman in Bahrein, Kuwait City in Kuwait e Dubai negli EAU) e la circumnavigazione dell'Africa. A bordo della portaerei Cavour (fiore all'occhiello della Marina Militare italiana), adibita a fiera galleggiante, c'è un concentrato di eccellenza italiana, in cui il Legno Arredo occupa uno spazio rilevante, non solo metaforico, grazie a uno stand di 150mq. L'occasione che ha dato luogo a questo viaggio è stata la festa nazionale degli Emirati Arabi Uniti.

Il viaggio della Cavour promuove EXPO 2015 nel Golfo Arabico e nel continente africano, sostenendo il Made in Italy sui mercati in espansione. Per il comparto del mobile italiano è una prestigiosa vetrina non solo istituzionale, ma anche una concreta opportunità per fare business.



Claudio Bertolotto

NETWORKING FOR EXPORT

Fare rete per l'export

Three companies specialized in interior finishes, doors, windows and shutters have joined forces to create "Italia Home Design", a network of firms intent on achieving a greater penetration of foreign markets with a plan to develop its sales activities. The players are Bertolotto Porte spa, Rintal spa and Spi Finestre spa.

Tre società specializzate nel campo delle finiture d'interni e serramenti si sono unite per creare "Italia Home Design", un network di imprese che - attraverso un programma potenziato delle proprie attività commerciali - mira a una maggiore penetrazione sui mercati esteri. In campo, Bertolotto Porte spa, Rintal spa e Spi Finestre spa.