

Progetto di politica industriale per il settore Legno-Arredo

- Luglio 2005 -

1 - L'importanza del settore legno-arredamento nell'economia italiana

Pochi dati permettono di comprendere il ruolo strategico del settore legno-arredamento per l'economia italiana:

- 502.000 addetti , fra lavoratori autonomi e dipendenti
- 111.500 imprese, fra artigiane, industriali, del commercio all'ingrosso di prodotti del legno e della distribuzione finale dell'arredamento
- 101.000 mila miliardi di fatturato
- 20.100 miliardi di esportazioni.

Il settore in cifre

Industria e artigianato Comm. ingrosso di legno Distribuzione finale Totale settore

Imprese 89.000 2.500 20.000 111.500

Addetti 412.000 10.000 80.000 502.000

Fatturato 67.000 4.000 30.000 101.000

Esportazioni 20.100 = = 20.100

2 - I primati del settore sul mercato mondiale

Il settore industriale del mobile, in particolare, svolge un ruolo trainante, in Italia, nell'ambito del sistema legno-arredamento:

- 4 produttore mondiale, con una quota in valore pari al 10%, dopo USA, Giappone e Germania, paesi con maggiore popolazione e maggiore reddito per abitante dell'Italia;
- 1 esportatore mondiale, con una quota del commercio mondiale pari al 20%, di gran lunga superiore a quello degli altri competitori, e maggiore saldo commerciale attivo;
- leader riconosciuto dell'innovazione di prodotto, per la quantità e qualità degli investimenti in design.

I successi del settore legno-arredamento sono anche alla base di quelli dell'industria italiana delle macchine per la lavorazione del legno, che condivide la leadership mondiale con quella tedesca per valore della produzione e esportazioni.

3 - Ragioni del successo e sfide da affrontare

3.1 Punti di forza e opportunità

L'importante ruolo conquistato dal settore legno-arredamento nell'economia italiana e i primati ottenuti sul mercato mondiale sono il risultato di vari punti di forza, fra i quali spiccano in particolare:

- un sistema produttivo peculiare dell'Italia, basato su piccole e medie imprese molto specializzate, flessibili e innovative, e perciò altamente competitive, soprattutto nei segmenti di prezzo medi e alti, in un mercato fortemente frammentato come quello dei prodotti del legno-arredamento;
- la crescita di alcuni primi grandi gruppi, altamente integrati nei distretti di piccole e medie imprese, in grado di competere anche sul fronte delle capacità finanziarie, commerciali e dell'internazionalizzazione dell'attività;
- una rete interna di negozi molto professionalizzati e aperti all'innovazione di prodotto e quindi primo e insostituibile banco di prova dell'industria nazionale.

Questi punti di forza rappresentano un prezioso patrimonio da cui partire per cogliere le nuove opportunità oggi offerte dal mercato. In particolare:

- la forte espansione del commercio mondiale dei prodotti del legno-arredamento, che apre nuovi spazi alle imprese più competitive;
- crescenti segnali che, anche in questo settore dei beni di consumo, sia possibile affermare lo stile di vita e il design italiani presso un pubblico di consumatori sempre più vasto.

3.2 Punti di debolezza e minacce

Per riaffermare i primati conquistati e cogliere le nuove opportunità, è necessario affrontare con una strategia adeguata i punti deboli del settore, le minacce che si affacciano sul mercato e i vincoli posti da alcuni problemi del sistema paese, in particolare:

- eccessiva frammentazione di produzione e distribuzione, con vaste aree di marginalità economica e largo ricorso a varie forme di economia sommersa (dal consumo finale al costo del lavoro), con effetti distorsivi per la concorrenza e ostacoli alla crescita dimensionale delle imprese;
- crescente concorrenza dei paesi a basso costo del lavoro nei segmenti economici del mercato e contrattacco delle grandi imprese nord europee e nord americane nei segmenti medi e alti, mediante strategie di internazionalizzazione della produzione e di integrazione con la distribuzione;

- crisi strutturale della domanda interna dei prodotti del settore legno-arredamento, penalizzata dalle politiche di risanamento fiscale e dagli incentivi a beneficio di altri beni di consumo durevole;
- crescente affermazione della grande distribuzione nei paesi sviluppati, che acquista maggiore potere contrattuale nei confronti dell'industria, soprattutto nei confronti delle imprese di piccole e medie dimensioni;
- ingresso della grande distribuzione anche nel mercato italiano che, in mancanza di adeguati processi di modernizzazione della rete tradizionale, rischia di cancellare l'imprenditoria indipendente e banalizzare l'offerta, anche a danno di consumatori e industria;
- quasi totale dipendenza dall'estero per la materia prima legnosa e mancanza di una politica di rilancio della risorsa boschiva nazionale;
- difficoltà di reperimento della forza lavoro, con particolare riguardo agli addetti alla produzione, sia per i profili professionali più qualificati, sia per quelli meno qualificati;
- eccessiva pressione fiscale gravante sul settore, che spinge molti operatori a praticare varie forme di economia sommersa e rende problematici i percorsi di emersione.

4 - Una strategia di rafforzamento delle prestazioni competitive del sistema legno-arredamento

I successi ottenuti dal settore e i fattori su cui sono costruiti rappresentano altrettante ragioni di fiducia sulle possibilità di affrontare le nuove sfide poste dal mercato. Le imprese sono tuttavia consapevoli che, con il nuovo sistema valutario incentrato sull'Euro, sia indispensabile adottare una strategia di politica economica lucida e determinata, mirante a rimuovere i ritardi cronici del sistema paese e a favorire l'innovazione.

Tale politica si articola in quattro obiettivi strategici, fra loro interdipendenti.

4.1 Il primo obiettivo mira a consolidare e rafforzare i primati raggiunti, favorendo crescita dimensionale e innovazione delle imprese, ovvero aggiungendo alla flessibilità e alle capacità innovative delle piccole e medie imprese la forza finanziaria, organizzativa e commerciale dei grandi gruppi attraverso:

- una politica tendente a favorire un percorso di emersione dalle varie forme di economia sommersa - condizione sine qua non della crescita dimensionale - attraverso una significativa riduzione della pressione fiscale; politica a cui Federlegno-Arredo e Federmobili, per prime nel panorama nazionale, hanno fornito preziosi contributi in termini di analisi e proposte, in sede di Ministero delle Finanze;
- una politica contrattuale che privilegi la flessibilità, conservando e rafforzando uno dei maggiori punti di forza del sistema delle piccole e medie imprese italiane;
- una corretta politica di inserimento degli immigrati;
- un sostegno maggiore e più efficace delle imprese italiane sui mercati esteri, sia con riferimento all'attività di esportazione, sia di internazionalizzazione dell'attività;
- incentivi agli investimenti in design innovativo, equiparandoli a tutti gli effetti agli investimenti in innovazione tecnologica.

4.2 Il secondo obiettivo strategico mira a modernizzare la distribuzione finale italiana, per renderla competitiva coi grandi gruppi stranieri, e garantire un corretto funzionamento del mercato, mediante l'operare di una pluralità di soggetti della moderna distribuzione organizzata, ovvero attraverso:

- la creazione di gruppi d'acquisto promossi dai punti vendita indipendenti che, in altri paesi europei si sono rivelati un valido strumento d'innovazione organizzativa e gestionale;
- lo sviluppo di alleanze industria-distribuzione, incentivando la nascita di reti di vendita integrate (reti di esclusivisti, franchising).

4.3 Il terzo obiettivo mira infine a rivitalizzare la domanda interna di prodotti del legno-arredamento:

- sia attraverso un maggiore impegno in politiche di riequilibrio del welfare in favore dei giovani e in particolare alla formazione di nuovi nuclei familiari;
- sia con la conferma di una politica di sostegno alle ristrutturazioni edilizie e più in generale alla riqualificazione del patrimonio residenziale.

4.4 Il quarto obiettivo mira ad esprimere una politica forestale articolata e continuativa da realizzare attraverso:

- la manutenzione dei boschi cedui (restauro del bosco) al fine di migliorare la situazione ambientale e territoriale del paese con diretti, benefici effetti anche verso il fenomeno degli incendi boschivi; di reperire materia prima per l'industria e per la produzione di energia da biomasse; di favorire la creazione di nuovi posti di lavoro;
- un piano forestale nazionale a base di specie legnose di pregio per fornire materia prima adeguata al settore della trasformazione industriale.

5 - Le proposte del settore in sintesi

Nell'ambito di tale strategia, le proposte di politica economica del sistema legno-arredamento sono le seguenti:

5.1 PER IL QUADRO ECONOMICO GENERALE

- più rapida riduzione della pressione fiscale generale dall'attuale 43,3% del PIL al 38-39% nel 2004 (la bozza di DPEF oggi prevede di scendere solo al 41,1%)
- riduzione dell'aliquota IRAP nazionale in misura pari all'addizionale regionale
- sviluppo delle misure economiche per la veloce diffusione di Internet e della information technology in generale
- inserimento economico degli immigrati
- decontribuzione costo lavoro straordinario

5.2 PER LA MATERIA PRIMA

- stanziamento di fondi per il Piano forestale nazionale
- stanziamento di fondi per il Restauro del bosco
- stanziamento di fondi per la Promozione del legno come materiale ecocompatibile

5.3 PER LEDILIZIA

- proroga del 36% con inclusione della manutenzione ordinaria
- proroga IVA 10%, con revisione della posizione di porte e finestre

5.4 PER L'AMBIENTE

- finanziamenti per l'adeguamento degli impianti in vista dei decreti di Minambiente sulla combustione e per VOC
- finanziamenti per l'adeguamento degli impianti a seguito della normativa sulle polveri di legno

5.5 PER ARREDAMENTO E PRODOTTI AFFINI

- incentivi agli acquisti di mobili a favore dei giovani che formano nuovi nuclei familiari
- estensione delle detrazioni IRPEF in favore delle ristrutturazioni per l'edilizia residenziale alle spese per l'arredamento
- aumento degli stanziamenti di fondi per l'esportazione
- detassazione per gli investimenti nel design

5.6 PER LA MODERNIZZAZIONE DELLA DISTRIBUZIONE FINALE

- incentivi per la creazione di reti della distribuzione organizzata (gruppi d'acquisto, franchising)
- ammortamento dei mobili in esposizione ai fini fiscali

5.7 PER SPECIFICI SOTTOSETTORI

- AIPPL E ASAL necessitano della definizione di specifiche categorie di contribuzione INAIL e dello stanziamento dei fondi necessari alla copertura di minori incassi derivanti all'Istituto.