PRESS

FEDERLEGNOARREDO, LA SFIDA DELL'EXPORT: "NON BASTA INDICARE ALLE IMPRESE I MERCATI SU CUI PUNTARE: OCCORRE METTERLE NELLE CONDIZIONI DI RAGGIUNGERLI"

Nei primi sette mesi del 2026 l'export legno-arredo cala del 3,9%.
Il presidente Elia Vismara: "Mercati accessibili, regole eque e investimenti nelle competenze per sostenere la competitività della filiera"

In un contesto internazionale in cui tensioni geopolitiche, dazi e instabilità degli scambi ridisegnano le opportunità per le imprese, l'internazionalizzazione rappresenta una sfida sempre più complessa per la filiera italiana del legno-arredo.

È questo il tema al centro dell'Assemblea Generale di FederlegnoArredo, che si è tenuta oggi al Salone d'Onore della Triennale Milano, nel giorno del passaggio di consegne da Claudio Feltrin al nuovo presidente, Elia Vismara, eletto per il quadriennio 2026-2030.
"L'internazionalizzazione resta una leva fondamentale per la crescita della nostra filiera, ma oggi non possiamo limitarci a invitare le imprese a cercare nuovi mercati: dobbiamo creare le condizioni perché possano raggiungerli e competere ad armi pari. Questo significa lavorare perché l'Europa contrasti la concorrenza sleale, garantisca un accesso equo ai mercati e alle materie prime e riconosca il valore degli investimenti che le aziende realizzano. Occorre accompagnare le imprese nell'apertura di nuove opportunità, senza perdere di vista i mercati consolidati.
Per affrontare le trasformazioni in corso è necessario anche investire nelle competenze e nella formazione delle nuove generazioni. È su queste condizioni concrete che si gioca la competitività della filiera e su cui dobbiamo continuare a lavorare come sistema", ha dichiarato **Elia Vismara, presidente di FederlegnoArredo.**

Le difficoltà richiamate dal presidente trovano riscontro nelle elaborazioni del Centro Studi FederlegnoArredo su dati Eurostat. **Nei primi sette mesi del 2026 le esportazioni della filiera hanno registrato una flessione del 3,9% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente**.

A pesare sono soprattutto i risultati dei tre principali mercati di destinazione: **Francia (-4,4%), Stati Uniti (-9,4%), Germania (-7,4%),** che insieme determinano oltre 288 milioni di euro di export in meno rispetto al 2025.

FederlegnoArredo
SEDE LEGALE
Foro Buonaparte, 65
20121 • Milano
Tel +39 02 8060 41
press@federlegnoarredo.it
C.F. 97228150153
federlegnoarredo.it

PRESS

Nei primi sette mesi del 2026 il **69,1% delle esportazioni della Filiera Legno-Arredo italiana** è diretto verso il continente europeo (UE27 ed Europa extra UE), con la sola **UE27 che assorbe il 53% del totale.** CARD export gennaio-luglio La contrazione più marcata delle vendite nel resto del mondo (-7,9%), rispetto a quella registrata sui mercati europei (-2%), determina un aumento del peso dell'Europa sul totale export, dal 67,7% al 69,1%. All'interno del continente europeo, è soprattutto l'**UE27** a evidenziare le maggiori difficoltà (-2,4%). Più contenuta la flessione dell'**Europa extra UE27** (-0,6%). **Il Medio Oriente** è una delle aree più penalizzate **(-10,8%),** con il forte ridimensionamento dell'Arabia Saudita **(- 23,3%)** e la flessione degli Emirati Arabi Uniti **(-8,3%).** In un quadro complessivamente negativo, alcuni mercati continuano a crescere e ad offrire opportunità interessanti. **Spagna (+5,4%) e Svizzera (+4,7%)** consolidano la propria posizione tra le principali destinazioni della filiera, mentre **Turchia (+13,9%), e Grecia (+9,8%)** registrano incrementi più dinamici, pur con volumi più contenuti. CARD export principali mercati La geografia dei mercati è dunque sempre meno prevedibile e la diversificazione delle destinazioni è una necessità strategica.

Nel corso dell'Assemblea sono intervenuti **Antonio Tajani, ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale**, con un videomessaggio, **Emanuele Orsini, presidente di Confindustria**, intervistato da Andrea Cabrini, e **Paolo Magri, presidente del Comitato scientifico dell'ISPI** e docente di Relazioni internazionali all'Università Bocconi.

La capacità di competere sui mercati internazionali passa anche dalla forza del sistema produttivo nel suo complesso. Un tema che coinvolge il rapporto tra imprese, promozione, manifattura e politica industriale, e sul quale il Salone del Mobile.Milano rappresenta una **piattaforma strategica** per la filiera.

"La vera sfida per il Made in Italy non è soltanto conquistare nuovi mercati, ma continuare a essere protagonisti nella definizione del valore, dei linguaggi e dei modelli dell'abitare nel mondo. Per riuscirci, dobbiamo superare la logica della promozione e ragionare in termini di politica industriale. Il Salone del Mobile.Milano è, in questo senso, molto più di un evento fieristico: è un'infrastruttura strategica per la competitività del Paese, capace di attrarre in Italia i protagonisti della domanda globale, generare opportunità di business e offrire alle nostre imprese una forza di proiezione internazionale che nessuna potrebbe costruire da sola" ha dichiarato **Maria Porro, presidente del Salone del Mobile.Milano.**
"Il nostro vantaggio competitivo nasce da qualcosa di difficilmente replicabile: la capacità di trasformare cultura progettuale, manifattura e innovazione in un sistema produttivo riconoscibile e desiderato nel mondo. Questo primato richiede investimenti, visione e soprattutto la capacità di muoversi come sistema, anticipando le trasformazioni. È questa l'ambizione che condividiamo con

PRESS

FederlegnoArredo. Ringrazio Claudio Feltrin per il lavoro costruito insieme e per aver creduto nel valore di questa alleanza. A Elia Vismara rivolgo i miei migliori auguri: abbiamo davanti una sfida che va oltre il nostro settore, fare del design italiano non solo un'eccellenza da esportare, ma una leva strutturale di crescita e di leadership industriale e culturale per il Paese".

Milano, 27 ottobre 2026

Ufficio Stampa FederlegnoArredo

Alessia Quiriconi
Tel. 347 4831339
alessia.quiriconi@federlegnoarredo.it

Chiara Sirianni
Tel. 338 5305071
chiara.sirianni@federlegnoarredo.it