

## PRESS

### IL SETTORE CASA IN COSTANTE CRESCITA, +3,1% e +3% LE PREVISIONI DI FATTURATO AL 2018 E AL 2019

#### Accordo tra FederlegnoArredo e Cerved per monitorare il rischio di credito

Il sistema casa gode di buona salute: le previsioni al 2018 e al 2019 di **Cerved**, primario operatore italiano nell'analisi del rischio del credito e una delle principali agenzie di rating in Europa, evidenziano un aumento di fatturato del 3,1% per quest'anno e del 3% per il prossimo, in linea con la media italiana che si attende a +3,2%, ma nettamente al di sopra del settore moda che non andrebbe oltre il +1,6%.

Dunque un comparto produttivo in costante crescita, concentrato per oltre il 50% tra Lombardia, Veneto e Friuli Venezia Giulia (e un ulteriore 30% equamente diviso tra Marche, Toscana, Emilia Romagna e Puglia), che però per non perdere terreno deve tutelarsi, anche attraverso strumenti di monitoraggio del rischio di credito. Le aziende della distribuzione, infatti, sono diminuite dal 2016 ad oggi di oltre 650 unità, attestandosi a poco più di 17.000 nel 2018, e appena il 38,3% di esse appartiene alle classi di solvibilità che vanno dalla massima/elevata (il 4,5%, concentrate soprattutto in Lombardia, Piemonte ed Emilia Romagna) alla media (25,5%) secondo il Cerved Group Score, l'indice elaborato da Cerved che classifica le imprese in base alla loro capacità di onorare gli impegni commerciali. Il restante 60% si colloca invece nelle classi che vanno dalla moderata alla non affidabile (il 9,2%).

In questo contesto si inserisce l'accordo che **FederlegnoArredo** ha siglato questa mattina con Cerved. L'intesa nasce da un'intensa fase propedeutica di analisi comune che ha portato alla creazione di una soluzione, volta a tracciare i comportamenti di pagamento della filiera, attraverso cui gli associati FederlegnoArredo avranno accesso non solo ai dati finanziari ed economici delle quasi 6 milioni di aziende italiane che rientrano nel database Cerved, ma

#### FederlegnoArredo

*Ufficio stampa e comunicazione*  
Foro Buonaparte, 65 • 20121 Milano  
Italy • Tel +39.02.80604.1  
Fax +39.02.80604.392  
press@federlegnoarredo.it  
[www.federlegnoarredo.it](http://www.federlegnoarredo.it)

anche a indicazioni più specifiche e dettagliate relative ai comportamenti di business e agli indici di affidabilità e solidità dei loro clienti, partner e fornitori, ottenute mettendo a fattore comune le loro informazioni creditizie e incrociando questi contenuti con le analisi storiche e predittive di Cerved. Si potrà così avere una mappa chiara e aggiornata del settore e ridurre al minimo il rischio di insolvenza, con tutto ciò che esso comporta.

*“Per l’operatore dell’arredo conoscere i propri partner e il loro stato di salute è sicuramente uno degli aspetti più importanti da tenere sotto controllo. Da qui la scelta di appoggiarsi a un partner prestigioso come Cerved per la fornitura di servizi ad hoc alle imprese associate che, grazie a questo accordo, avranno la possibilità di mappare a costi assolutamente competitivi il mercato della distribuzione che conta oltre 17.000 società. Un’iniziativa che oltre ad andare incontro alle esigenze di un mercato in costante e veloce cambiamento conferma il ruolo della Federazione come soggetto in grado di tutelare e fare crescere le imprese”,* così il presidente FederlegnoArredo **Emanuele Orsini** a margine della firma dell’accordo.

*“La corretta gestione del proprio portafoglio crediti è un fattore di fondamentale importanza per assicurare all’impresa una crescita solida e sostenibile – commenta **Roberto Mancini**, Chief Commercial Officer di Cerved-. Per questo forniamo ai nostri clienti i servizi e le piattaforme più avanzate sul mercato per valutare l’affidabilità commerciale di clienti, fornitori e partner, contribuendo a migliorare lo stato di salute di una parte importante dell’economia reale del Paese. L’accordo con FederlegnoArredo va proprio in questa direzione”.*

Soddisfatto il presidente Assarredo, **Claudio Feltrin**: *“Nell’ambito delle strategie da adottare per affrontare il mercato interno ed esterno nei prossimi anni, è fondamentale capire qual è il punto di incontro tra domanda e offerta. Non possiamo più ragionare come entità distinte ma dobbiamo essere presenti ovunque con un linguaggio comune: iniziative aziendali, distribuzione, canali social, showroom, strumenti di comunicazione devono dialogare tra loro*

*ed essere sempre più integrati e organizzati. Disporre di adeguati strumenti sull'affidabilità dei canali distributivi consentirà quindi di dare vita a un percorso integrato che permetterà alle nostre aziende di incrementare le quote sul mercato interno e di crescere all'estero".*

Milano, 27 marzo 2018