MARKET INSIGHTS

FEBBRAIO 2024

LINEAPELLE

ITALIA – Sulla base dei dati attualmente disponibili (primi 10 mesi dell'anno), l'industria conciaria italiana ha archiviato il 2022 con un **ribasso complessivo** di fatturato pari al 7,6% e di produzione in volume del 12% rispetto al corrispettivo periodo dell'anno precedente.
Non si è quindi interrotta la tendenza congiunturale negativa che caratterizza l'andamento del settore (e di larga parte dell'economia in generale) da metà del 2022 circa. L'inflazione diffusa e le incertezze portate dalle crescenti tensioni geo-politiche internazionali continuano ad alimentare il basso livello di fiducia dei consumatori, il cui generalizzato calo degli acquisti si unisce alla conseguente opzione della clientela a privilegiare materiali di manifattura dai costi più contenuti rispetto al pellame.
Anche l'andamento delle esportazioni di pelli italiane, che continuano a incidere in maniera prioritaria sul fatturato complessivo del settore (oltre il 60% del totale), mostra variazioni generalmente negative, con un calo totale del 7,2% in valore nei primi dieci mesi dell'anno in corso, a confronto con il corrispettivo 2022.
L'analisi dei singoli flussi di export per principale Paese di destinazione registra una certa variabilità di performance a seconda del singolo mercato, sebbene, alla luce della variazione complessiva, prevalga ovviamente segno negativo. Le spedizioni verso la Francia, che dallo scorso anno è diventata la prima meta estera delle pelli italiane dopo un "dominio" cinese durato oltre venticinque anni, registrano un altro importante rialzo (+13%). Risultati in crescita anche nell'export verso la Spagna (+3%), le delocalizzazioni calzaturiere tunisine (+20%), Serbia (+2%), Turchia (+18%), Messico (+12%) e Cechia (+24%). Sostanzialmente stabili i flussi verso Vietnam e Slovacchia, mentre mostrano decrementi, anche considerevoli, quelli diretti alle altre più importanti destinazioni estere delle pelli nazionali: Romania (-9%), USA (-13%), Portogallo (-13%), Germania (-11%), Cina e Hong Kong (-18%), Polonia (-14%), Albania (-11%), Regno Unito (-14%), India (-19%) e Corea del Sud (-23%).

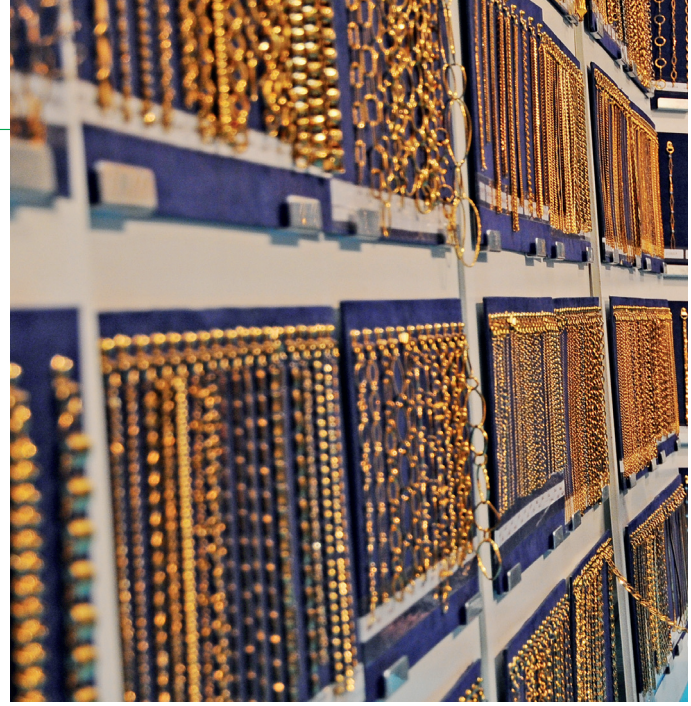
Poche le eccezioni al panorama complessivamente e diffusamente negativo del settore se si va ad analizzare l'andamento dei singoli segmenti e distretti produttivi della conceria italiana. Sul piano dell'origine animale, le pelli ovicaprine hanno mediamente mostrato, nel semestre, meno sofferenza (complessivamente -2% in valore e -4% in volume) rispetto alle bovine, sia mediograndi che vitelli (-9% in valore e -13% in volume), mentre, in termini di settore di destinazione d'uso, le difficoltà sono diffuse, con l'unica eccezione (parziale) della pelletteria. Segno negativo anche per tutti i principali comprensori conciari nazionali.
Le segnalazioni sull'ultimo quarto dell'anno tendono a confermare l'andamento negativo sopra menzionato e le attuali aspettative sui risultati finali di chiusura dell'esercizio possono giusto contare nel recupero di qualche punto percentuale ma non di più. Appare inoltre preoccupante la mancanza, al momento, di elementi per aspettarsi un repentino cambio di tendenza congiunturale nei primi mesi del 2024, con la speranza più concreta che questo possa attivarsi nel periodo primaverile ed estivo.
Alle difficoltà esogene, dovute al quadro complessivo di contesto economico, si aggiunge un clima di incertezza settoriale alimentato dagli attacchi che il materiale paradossalmente subisce dal lato sostenibilità. La tendenza di una parte dei clienti manifatturieri a giustificare la rinuncia alla pelle (indipendentemente dal fatto che questa venga dichiarata come parziale o totale, temporanea o prolungata) come scelta di maggiore sostenibilità, invece che come strategia di mero contenimento dei costi di approvvigionamento materiali, altro non è che un esempio di come si stia evolvendo in maniera estremamente preoccupante il fenomeno del "green washing", cioè la falsa sostenibilità, unicamente basata su mere, spregiudicate e molto opache finalità di marketing.

ALTRI PAESI – Il panorama globale 2023 per le **pelli bovine grandi** mostra risultati di vendita differenziati nel resto d'Europa (in aumento Spagna e Francia, in calo Germania, Portogallo e Regno Unito, Austria sostanzialmente stabile), a fronte di ribassi diffusi dei principali player in Asia e America Latina. Nelle **pelli piccole**, Spagna e Francia registrano cali sia sul vitello che sulle ovicaprine, mentre, per queste ultime, in Asia mostrano tendenza positiva solo Turchia e Pakistan.

ACCESSORI COMPONENTI SINTETICI

TESSUTI, SINTETICI E SUCCEDANEI DELLA PELLE – Nonostante le incertezze dell'ultimo trimestre, il settore chiude il 2023 in positivo: +2% il risultato della media UE sul corrispettivo 2022. Soffrono ancora i tedeschi, mentre rallentano gli spagnoli, che registrano una brusca frenata proprio nell'ultimo quarto dell'anno. Complessivamente buona la performance del sintetico, piuttosto deludenti invece tessuti di fibre sintetiche e rigenerato di fibre di cuoio.

ACCESSORI E COMPONENTI – Chiusura d'anno piuttosto fiacca per accessori e componenti, dove la media UE finisce in parità sul corrispettivo dello scorso anno. Le criticità, particolarmente evidenti nell'ultimo trimestre dell'anno scorso, interessano prevalentemente i produttori italiani, in deciso ribasso. Lo sguardo ai comparti premia ancora le minuterie metalliche, sebbene in leggero rallentamento. Decrementi per gli altri accessori. Perdite a due cifre invece per le altre parti per calzature.



MANIFATTURA

CALZATURA – Dopo una partenza molto positiva, il 2023 si è chiuso in frenata per il **settore calzaturiero italiano**, anche a causa dei forti aumenti nei costi che hanno inciso sulla marginalità delle imprese. Esaurito il rimbalzo post Covid, i ritmi di vendita hanno subìto un netto rallentamento che, innescatosi già in primavera, si è reso ancor più evidente nella seconda parte dell'anno. Fermo il mercato interno. Contrastato l'andamento del calzaturiero europeo (-7% la media UE) dove alle difficoltà degli italiani, si aggiungono quelle degli iberici. Cupo lo scenario oltre i confini comunitari: diffusi ribassi con rare eccezioni.

PELLETTERIA – Non accenna a invertire nemmeno nell'ultimo trimestre dell'anno la tendenza ribassista della pelletteria, che porta il paragone annuale ad enfatizzare il raffreddamento del settore, con la media UE che tocca -4% sul corrispettivo dell'anno scorso, nonostante la crescita di Francia e Spagna. Prevalentemente negativo anche lo scenario extra-UE.

ABBIGLIAMENTO – Si conferma difficile il 2023 dei confezionisti europei, che terminano l'anno con ribassi diffusi e una media UE complessivamente in calo del 4% sul 2022 nonostante un leggero rallentamento della tendenza negativa nell'ultimo quarto dell'anno. Soffrono anche i maggiori player internazionali di settore, tutti in ribasso.

IMBOTTITO – Dopo un 2021 da record e un 2022 in raffreddamento, il 2023 conferma il momento di difficoltà dell'**arredo imbottito** sia a livello europeo (-8% la media UE) che internazionale con la significativa eccezione degli USA, che registrano un balzo nell'ultimo trimestre dell'anno e si portano in decisa ripresa dopo lo stop dell'anno scorso. L'**automotive** archivia il 2023 con risultati decisamente incoraggianti. Tornano infatti a crescere le immatricolazioni UE di nuove auto nonostante il contenimento registrato a dicembre dopo 16 mesi di rialzi consecutivi. Aumenti a due cifre si osservano nella maggior parte dei grandi mercati ad eccezione della Germania, con un modesto +7% su base annua, influenzato dalla performance molto debole di dicembre. Oltre i confini UE, crescono le immatricolazioni in UK (+18%), USA (+12%), Cina (+7%) e India (+21%).

BRAND LUSSO – Luci e ombre segnano la chiusura d'anno della moda lusso, con risultati contrastati tra i maggiori brand europei. Pesa soprattutto il rallentamento nella seconda metà dell'anno, accentuatosi nel corso dell'ultimo trimestre 2023. Prevale cautela nelle prospettive di breve termine, dove lo scenario macroeconomico e geopolitico rimane piuttosto critico. Fatturato organico in crescita del 13% nel 2023 per il colosso francese del lusso **LVMH**, nonostante l'impatto valutario negativo nella seconda parte dell'anno. Incrementi a due cifre in Europa, Giappone e nel resto dell'Asia. Notevole performance della divisione Fashion & Leather Goods (+14%), in particolare **Louis Vuitton**, **Christian Dior**, **Celine**, **Fendi**, **Loro Piana**, **Loewe** e **Marc Jacobs**, che guadagnano quote di mercato con livelli record di fatturato e utili. Fatica gruppo **Kering** nel 2023, che chiude l'anno con un fatturato in calo del 2%. Ribassi per **Gucci** e **Bottega Veneta** (entrambi -2%), mentre si arresta la corsa di **YSL** (-1%). Male i brand minori della maison, che crollano nell'ultimo trimestre 2023 portando il risultato annuale a -8%. Inarrestabile la crescita di **Hermès** nell'anno appena concluso: +16 di ricavi (tassi costanti). Rialzi diffusi in tutti i mercati, con crescita omogenea intorno al 20% in tutte le destinazioni principali. Il settore pelletteria e selleria, la cui domanda si è confermata molto sostenuta, ha registrato un aumento del 17%. Ottima la crescita di **Gruppo Tod's** nell'esercizio 2023: +14% la crescita del fatturato consolidato a tassi costanti. Eccellente performance di **Tod's** (+13%) e **Roger Vivier** (+19%). Bene **Hogan** (+10%). Trend rialzista trainato dalla pelletteria (+20%), ottima dinamica anche per la calzatura (+12%). Soffre invece **Ferragamo**: -8% i ricavi (tassi costanti). Calano le vendite in tutti i mercati di destinazione con perdite più accentuate nelle Americhe e in Asia Pacifico. Arretra dell'11% la pelletteria, ribassi leggermente più contenuti per la calzatura, in calo del 7%.

© LINEAPELLE - Il presente documento è protetto dalle leggi sul copyright. Ne è vietata ogni forma di riproduzione o diffusione non autorizzata