MARKET INSIGHTS

SETTEMBRE 2023

LINEAPELLE

ITALIA – L'industria conciaria italiana ha archiviato il primo semestre dell'anno mostrando importanti **ribassi di fatturato** (-9,5%) **e di produzione** in volume (-13,4%) rispetto al corrispettivo periodo dell'anno scorso.
Si è quindi consolidata, nella parte iniziale del 2023, la tendenza congiunturale negativa che aveva caratterizzato i risultati settoriali in tutta la seconda parte del 2022, con **inflazione** diffusa e generalizzata, **calo dei consumi** e **tensioni geo-politiche** internazionali che continuano a spingere la clientela e il consumatore a optare per materiali e prodotti 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 9,3% in valore nei primi sei 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 (+17%). Risultati in crescita anche nell'export verso le delocalizzazioni calzaturiere in Tunisia (+19%), Turchia (+52%), Messico (+9%) e Cechia (+24%). Sostanzialmente stabili i flussi verso la Spagna, la Serbia e la Slovacchia, mentre mostrano invece decrementi, anche considerevoli, quelli diretti alle altre più importanti destinazioni estere delle pelli nazionali: Romania (-11%), USA (-19%), Portogallo (-12%), Germania (-15%), Cina+HK (-23%), Vietnam (-16%), Polonia (-13%), Albania (-9%), Regno Unito (-8%), India (-20%) e Corea del Sud (-29%).

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 rispetto alle bovine, sia medio-grandi che piccole (vitelli), 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.
Risulta estremamente complicato fare delle **previsioni** su come si chiuderà l'anno in corso per il settore conciario e per la filiera pelli in generale. Non si sono purtroppo visti, da questo punto di vista, particolari miglioramenti o cambi di direzione, anche parziali, nel secondo trimestre dell'anno rispetto al primo, così come al momento non ne sono stati segnalati in merito all'andamento dei mesi estivi e delle prime settimane di riapertura a settembre.
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, anche non secondaria, dei clienti manifatturieri a giustificare la rinuncia alla pelle (indipendentemente dal fatto che questa venga dichiarata come parziale o totale, temporaneo 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 "greenwashing", cioè la falsa sostenibilità, unicamente basata su mere, spregiudicate e molto opache finalità di marketing.

ALTRI PAESI – Il panorama della produzione di **pelli bovine medio-grandi** nel primo semestre 2023 risulta abbastanza variegato nel resto d'Europa (con cali in Germania, Portogallo e Regno Unito e incrementi, seppur limitati in Francia, Spagna e Austria) e diffusamente negativo al di fuori (ribassi stagionali a doppia cifra in Asia e America Latina). Segno medio negativo per i **vitelli** in Francia e Spagna, mentre per le pelli **ovicaprine** prevale stabilità (India, Pakistan) o variazione positiva (Francia, Cina, Turchia), con la Spagna in contrazione.

ACCESSORI COMPONENTI SINTETICI

TESSUTI, SINTETICI E SUCCEDANEI DELLA PELLE – I primi sei mesi dell'anno premiano il comparto complessivo con rialzi moderati e diffusi in tutti i maggiori Paesi manifatturieri UE con la singolare eccezione della Germania (in stallo sullo stesso periodo dell'anno scorso). Dinamica molto positiva per il sintetico, segnali contrastanti invece per tessuti di fibre sintetiche e rigenerato.

ACCESSORI E COMPONENTI – Situazione semestrale a luci ed ombre, dove la media UE appare stabile sul corrispettivo 2022. Conferme positive per Romania e Francia, mentre arrancano Italia e Germania. Buone le vendite di minuterie metalliche. Qualche difficoltà invece per gli altri segmenti del comparto.

MANIFATTURA

CALZATURA – La prima metà dell'anno del **settore calzaturiero italiano** appare piuttosto incerta, con valori in parità sui livelli di fatturato dello scorso anno, nonostante il calo registrato nel secondo trimestre. Dinamica simile per i calzaturieri europei dove però il recupero di tedeschi e francesi spinge la media europea in rialzo del 3% nel periodo, nonostante i risultati deludenti degli ultimi mesi. Criticità per i produttori extra-UE.

PELLETTERIA – Dopo un inizio anno un po' fiacco, il confronto stagionale ha complessivamente mostrato segnali di ripresa per i produttori europei (+4% il totale UE), nonostante lo stallo dell'Italia e la persistente difficoltà della Germania (-6%). Il ribasso della **pelletteria italiana**, in particolare, si osserva proprio nel secondo quarto dell'anno e bilancia i risultati positivi del trimestre precedente. Scenari a tinte fosche per i partner extra-europei, ad eccezione di Turchia e Pakistan.

ABBIGLIAMENTO – Il parziale 2023 mostra segnali di miglioramento per **la dinamica del settore europeo** (+2%), sebbene si rilevi l'inciampo dei confezionisti italiani (in calo del 9%). Oltre i confini comunitari cresce la Turchia, mentre soffrono i produttori asiatici.

IMBOTTITO – Severo il confronto semestrale per l'**arredamento imbottito**, dove alle difficoltà dei produttori italiani (-7%) si aggiunge il ribasso della Polonia (-6%), che affonda la media UE (-8%). Arranca la Cina e anche gli Stati Uniti, che segnano significativi ribassi (-8%). Nell'**automotive**, crescono le immatricolazioni UE: +18% nel semestre a livello comunitario complessivo. Il miglioramento degli ultimi mesi sembra indicare che il settore europeo si sta riprendendo dalle interruzioni di fornitura causate dalla pandemia. Tuttavia, i volumi cumulativi rimangono ancora inferiori rispetto al 2019. Oltre i confini europei, salgono le immatricolazioni in USA (+13%), in Cina (+11%) e anche in India (+19%).

BRAND LUSSO – In un contesto geopolitico ed economico incerto, i maggiori brand moda lusso hanno mostrato performance eterogenee nei primi sei mesi dell'anno.
LVMH conferma la sua solidità, con una crescita organica di fatturato del 17%. Molto positiva la dinamica di moda e beni in pelle, in rialzo del 20% nel paragone col corrispettivo 2022. Eccellente performance in particolare per **Louis Vuitton**, **Dior**, **Loro Piana** e **Loewe**. Bene anche gli altri brand minori del gruppo.
D'altro canto, invece, il gruppo **Kering** chiude il primo semestre dell'anno in corso con una modesta crescita del 2% (tassi costanti). Frena **Gucci**, che mette a segno un timido +1%, mentre rallenta, ma si conferma espansivo, il trend di **Yves Saint Laurent** (+7%); **Bottega Veneta** cresce moderatamente (+2%). Male invece gli altri brand del gruppo, in calo del 5%.
Performance brillante per **Hermès**, in rialzo a due cifre nel parziale 2023: +22% di ricavi (tassi costanti). Tutti i mercati hanno registrato una crescita del 20% o superiore. Momento molto positivo per pelletteria e selleria (+21%, grazie soprattutto alla domanda della Cina continentale).
Sorride anche il gruppo **Tod's**, che riporta risultati eccellenti nel periodo (+23% di ricavi a tassi costanti). Balzo di **Tod's** (+23%) e **Roger Vivier** (+30%), seguiti da **Fay** (+20%) e **Hogan** (+14%). Notevole la crescita di pelletteria e accessori, su del 35% nel periodo, bene anche le calzature (+20%). Ottima la risposta su tutti i mercati, in particolare sulla Cina.
Brusca frenata invece per **Ferragamo** che perde il 7% di ricavi nel primo semestre dell'anno. Pesano le incertezze in Asia e Americhe, nonostante la buona dinamica di Europa, Medio Oriente e Africa. Vendite complessivamente in calo per pelletteria (-13%) e calzatura (-4%).
Ricavi netti in rialzo del 20% per **Prada** (a cambi costanti), con incrementi a doppia cifra per pelletteria (+12%) e calzatura (+20%). Solida la crescita del marchio **Prada** (+18), ulteriore accelerazione di **Miu Miu** (+50%), soffre **Church's** (-21%). Recupera la domanda in Asia Pacifico, bene Giappone, Medio Oriente ed Europa. Fiacche le Americhe.

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