



2°Q/2020

Living

OSSERVATORIO

Rilevazione dati trimestrali e sentiment

Mercato Italia

settore casa, tavola e cucina

ART- ARTI TAVOLA E REGALO

Si riportano in forma aggregata le indicazioni, fornite dalle aziende associate ART relativamente allo stato di salute del mercato interno.

Le informazioni sono state raccolte dalla Segreteria dell'Associazione nel mese di luglio 2020.

Le aziende hanno dato risposta con riferimento al fatturato.

**Fonte Osservatorio : Aziende ART 2020 -
riservata e ad uso interno Associazione e Soci ART**

METODOLOGIA



IMPRESE
OSSERVATORIO ART





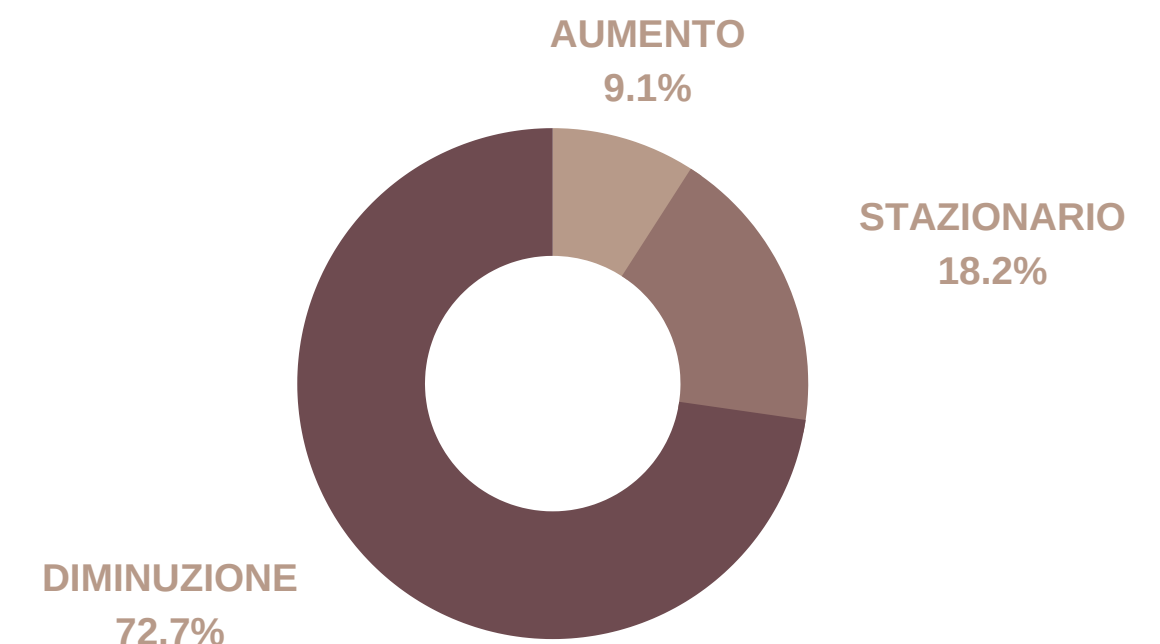
VALUTAZIONI A CONSUNTIVO

2° TRIMESTRE 2020 vs 2° TRIMESTRE 2019

Quasi il 73% delle imprese segnala che il secondo trimestre 2020 è stato peggiore del secondo trimestre 2019.

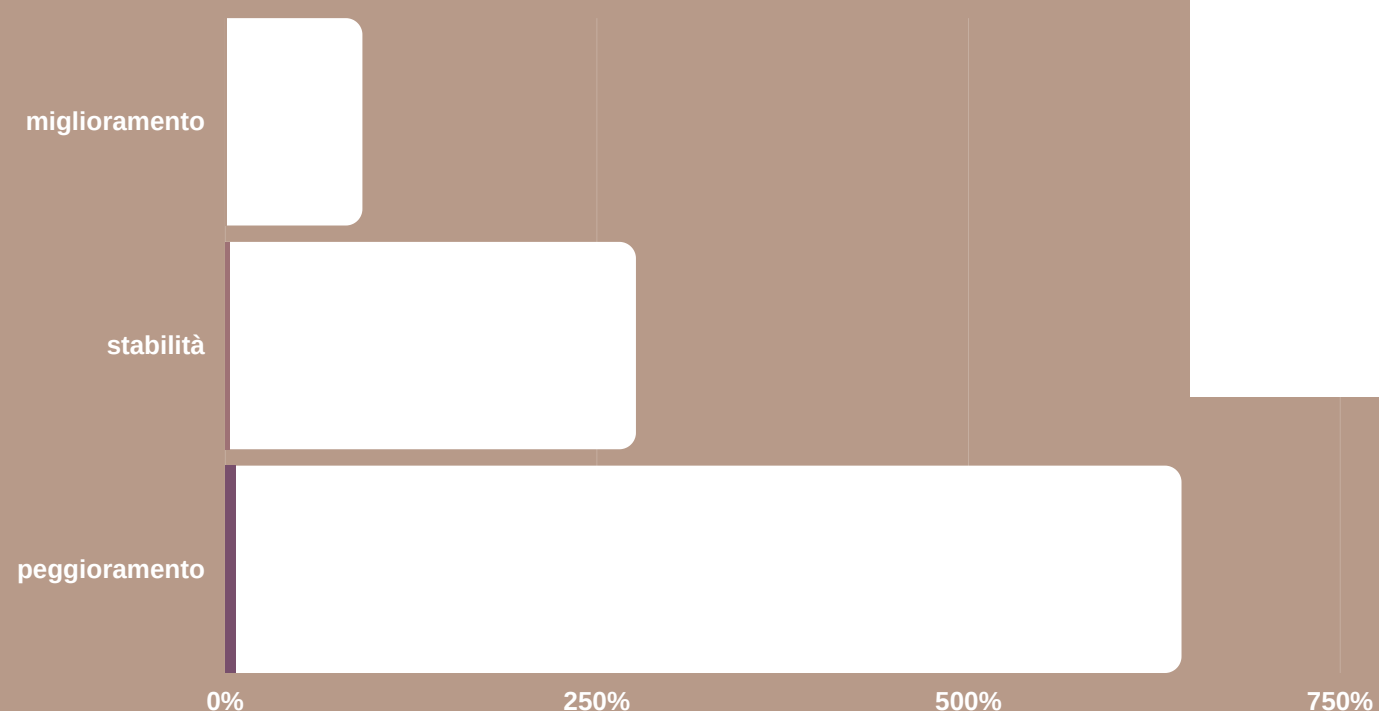
La risposta era facilmente prevedibile, ovviamente e conferma il profondo stato di crisi, che la pandemia ha drammaticamente accentuato anche nel nostro settore.

Lascia comunque, **qualche spiraglio positivo** poiché **non sono la totalità dei dati** che si riscontra in altri settori merceologici.



ANDAMENTO FATTURATO ULTIMO SEMESTRE

Il dato sulla la tendenza ordini/fatturato si è confermato negativo per la maggioranza dei rispondenti, ma restano segni di positività che rappresentano una piccola luce in fondo al tunnel determinato dal blocco delle attività economiche, nella **prospettiva di una parte finale dell'anno in grado di far ripartire il mercato.**



VALUTAZIONI A CONSUNTIVO



TENDENZE DAL MERCATO: GLI ITALIANI RISCOPRONO CASA E CUCINA.

Il dato previsionale evidenzia una sorpresa: mentre la quasi totalità dei comparti economici prevede un 2020 peggiore rispetto all'anno precedente, nel nostro caso (pur essendovi la maggioranza di risposte con previsione negativa) vi sono **diverse imprese** secondo le quali, l'anno in corso sarà in linea con il 2019, **grazie ad una ripresa dei consumi post lockdown in grado di compensare i due mesi di paralisi.** L'analisi dei trend di consumo e la modificata percezione da parte degli italiani dell'ambiente "casa" e "cucina", offrono nuove insperate opportunità al settore.



VALUTAZIONI IN
PROSPETTIVA

VALUTAZIONI IN PROSPETTIVA

NUOVI MODELLI DI VIVERE LA CASA . NUOVI MODELLI DI BUSINESS

Su questo tema è in atto una **profonda riflessione, anche interna all'Associazione,** che ci si augura possa produrre risultati concreti e coinvolgere le imprese aiutandole ad **adeguare i propri modelli di business ad una realtà radicalmente trasformata** dal ciclone pandemia. Insomma, qualche spiraglio si intravede, il mercato ha voglia di ripartire anche se le variabili in gioco sono moltissime ed indipendenti tra di loro.