



LIVING ART



LIVING ART Q1/2025
PUBBLICAZIONE APRILE 2025

OSSERVATORIO DATI SETTORE ART
MERCATI ITALIA E ESTERO
CANALI DISTRIBUTIVI
RETAIL SPECIALIZZATO,
GDO/DO/HO.RE.CA.



strumenti e scenari economici

Pag. 01

- Indice

Pag. 02

- Metodologia e brand

Pag. 03

- Analisi Ufficio Studi Confcommercio

pag. 04

- Dati a **consuntivo Q1/2025** su Q1/2024 settore ART

pag. 13

- **Considerazioni generali** su quadro economico nel breve periodo 3/6 mesi

trend di vendita Italia:

pag. 05

- Valutazioni a **consuntivo** ultimo semestre su mercato Italia

pag. 09

- valutazioni **previsionali** chiusura anno 2025 su 2024 mercato Italia

trend di vendita export

pag. 06

- Valutazioni a **consuntivo** ultimo semestre mercato esportazioni

pag. 10

- Valutazioni **previsionali** chiusura anno 2025 su 2024 mercato esportazioni

canali distributivi :

pag. 07 HO.RE.CA.

pag. 08 RETAIL

- Valutazioni a **consuntivo** ultimo semestre

pag. 11 HO.RE.CA.

pag. 12 RETAIL

- Valutazioni **previsionali** chiusura anno 2025 su 2024

•

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

Le informazioni sono state raccolte dalla Segreteria dell'Associazione nel mese di **Aprile 2025**.

Le aziende hanno dato risposta con riferimento al fatturato.

Si ringraziano le **Aziende associate** per il loro contributo alla stesura dei dati LIVING ART Q1/2025

ALLUFLON - BOHEMIA - CARBONE GROUP EXPERT -
CASABUGATTI - CORRADO CORRADI - EASY LIFE POZZI MILANO -
FRATELLI GUZZINI - IVV TRADIZIONI ASSOCIATE - LAMART -
LIVELLARA - L'OCA NERA - MAINO CARLO - PEDRINI - PYREX -
PRATESI - ROGASKA - SAMBONET - TESCOA - VILLEROY & BOCH

LIVING ART





Il quadro generale di riferimento - Mercato Italia

III 2025 è iniziato sotto il **segno di una instabilità oramai divenuta endemica.**

Il quadro complessivo, già abbondantemente minacciato dal perdurare delle **tensioni sui prezzi delle materie prime, dei trasporti e dell'energia nonché dai conflitti militari in atto**, risente adesso anche della **politica aggressiva intrapresa dall'amministrazione USA** in tema di interscambio commerciale a livello globale, con le conseguenti oscillazioni dei mercati finanziari e la diffusione di un atteggiamento di **disorientamento ed incertezza da parte delle imprese e dei consumatori.**

Tutto questo pesa come una zavorra sugli indicatori economici, che pure presentano anche **elementi di positività.**

Secondo l'**Ufficio Studi di Confcommercio** alla ripresa economica continua a mancare un apporto incisivo dei consumi. Il potere di acquisto sta crescendo più della spesa reale delle famiglie italiane e, di conseguenza, anche la propensione al risparmio: **gli italiani, insomma, hanno più risorse ma scelgono di non spenderle.** È un comportamento, da parte dei consumatori, influenzato anche dal ricordo di decenni di bassa crescita, con il corollario di crisi improvvise e di paure legate alla fiammata inflazionistica del 2022.

Sulla debolezza dei consumi incidono anche le basse dinamiche di redditi e salari, con l'Italia che continua a pagare pegno rispetto ai principali Paesi europei, soprattutto a causa di una produttività del lavoro molto più bassa. Tenendo conto del costo della vita, il potere d'acquisto degli stipendi italiani resta del 26,5% inferiore rispetto a quello tedesco e del 12,2% a quello francese.

Questo quadro spinge Confcommercio a **rivedere al ribasso le previsioni di crescita del Pil per il 2025 e 2026 con un +0,8% e un +0,9% rispettivamente.**

Sono stime, anche se di poco, più ottimistiche rispetto a quelle del governo.

Per dare un **vero impulso alla crescita**, secondo gli analisti, **servono gli investimenti e le riforme contenute nell'agenda del Pnrr, ma anche un deciso alleggerimento del carico fiscale sul ceto produttivo**".Ma una vera ripartenza passa anche per la fiducia e "per costruirla, servono segnali chiari, continuità delle **politiche economiche e la volontà di rimettere davvero al centro famiglie, imprese e consumi.**

Nonostante tutto, il **Presidente confederale Sangalli** lo scorso 15 aprile ha lasciato spazio all'ottimismo: *"Inflazione sotto controllo, occupazione ai massimi e redditi reali in aumento sono segnali incoraggianti. E con un nuovo taglio dei tassi da parte della BCE, si rafforzerebbero queste luci in uno scenario denso di ombre". Le previsioni? "Per il 2025 stimiamo una crescita del PIL allo 0,8% e dei consumi all'1,2%".*



IL NOSTRO SETTORE :LE VALUTAZIONI A CONSUNTIVO DELLE AZIENDE ART

FATTORI IN EQUILIBRIO

Come è andato il primo trimestre 2025 rispetto al primo trimestre 2024?

L’andamento del trimestre conferma il trend, tutto sommato positivo, già rilevato nel Report precedente: **la maggioranza assoluta delle imprese segnala mercato stabile**, mentre resta alta (37%) la quota di chi ha registrato un incremento delle vendite rispetto al medesimo periodo dell’anno precedente.

A dispetto di un clima generale avvolto in un diffuso pessimismo, il nostro mercato sembra confermare confortanti segnali di tenuta.



incremento
36,9%



stazionario
52,6%



diminuzione
10,5%

IL NOSTRO SETTORE :LE VALUTAZIONI A CONSUNTIVO DELLE AZIENDE ART

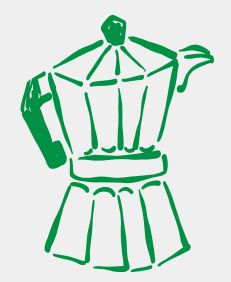
FIDUCIA E RISULTATI

Come è stato il trend di vendita dell’ultimo semestre?

MERCATO ITALIA – I dati a consuntivo relativi all’ultimo semestre enfatizzano ulteriormente questa sensazione di tenuta: **il mercato è stabile per il 48%** delle risposte e in crescita per quasi il 42%. Restano marginali le risposte “negative”.



incremento
42,1%



stazionario
47,4%



diminuzione
10,5%

IL NOSTRO SETTORE :LE VALUTAZIONI A CONSUNTIVO DELLE AZIENDE ART

VENTO IN POPPA

Come è stato il trend di vendita dell’ultimo semestre?

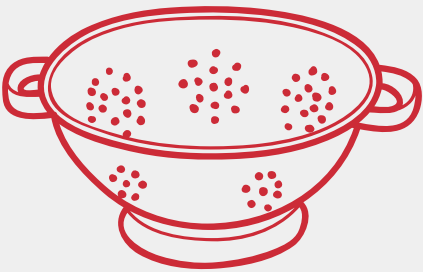
EXPORT – Decisamente buono il dato relativo alle vendite all’estero. **Il mercato si conferma in crescita**, come già rilevato tre mesi fa, per più della metà delle imprese ed è stabile per il 40%. Crolla la percentuale di coloro che hanno registrato un trend negativo.



incremento
53,3%



stazionario
40%



diminuzione
6,7%

IL NOSTRO SETTORE :LE VALUTAZIONI A CONSUNTIVO DELLE AZIENDE ART

HO.RE.CA. IN RIPRESA

Come è stato il trend di vendita dell’ultimo semestre?

CANALI DI VENDITA HO.RE.CA. – I dati a consuntivo relativi all’andamento dell’ultimo semestre declinati per canale di vendita segnalano **una ripresa del canale HORECA**, che, rispetto alla situazione di stabilità segnalata tre mesi fa da tutte le imprese, adesso segna una crescita per il 33% dei rispondenti. Il canale resta stabile per il 59% delle imprese.



incremento
33,3%



stazionario
58,4%



diminuzione
8,3%



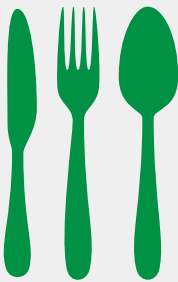
RETAIL ORGANIZZATO

Come è stato il trend di vendita dell'ultimo semestre?

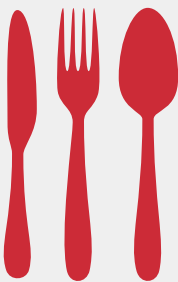
Il canale Retail si mantiene in **un'area di stabilità**, come già rilevato tre mesi fa: è questa l'indicazione del 53% delle imprese. Cresce leggermente la quota di coloro che segnalano un trend di crescita del canale (26%) mentre il calo è evidenziato dal 21%, a conferma di un andamento diversificato non riconducibile ad una linea di tendenza omogenea.



incremento
26,3%



stazionario
52,6%



diminuzione
21,1%

IL NOSTRO SETTORE :LE VALUTAZIONI PREVISIONALI DELLE AZIENDE ART

Come si chiuderà il 2025 rispetto al 2024 per il nostro settore?

MERCATO ITALIA – Le stime previsionali sul 2025 evidenziano una **sostanziale stabilità del nostro mercato: l'anno in corso ricalcherà quello precedente per il 74%** delle imprese, mentre **il 16% ritiene che sarà migliore.**

Si tratta di un sentiment positivo, che stabilizza questa tendenza moderatamente ottimistica, già emersa lo scorso trimestre.

LIVING ART

IL NOSTRO SETTORE :LE VALUTAZIONI PREVISIONALI DELLE AZIENDE ART

Come si chiuderà il 2025 rispetto al 2024 per il nostro settore?

EXPORT –

Le previsioni sull'export restano **decisamente buone**: le vendite sui mercati esteri **saranno stabili per la metà delle imprese e cresceranno per il 36%**.

Bilancia Export positiva in previsione di chiusura anno 2025.

Per molte delle nostre Aziende e per il settore , la sfida è sempre aperta: regolamentazioni europee e mondiali su dazi e materie prime , potranno fare la differenza .

LIVING ART

IL NOSTRO SETTORE :LE VALUTAZIONI PREVISIONALI DELLE AZIENDE ART

Come si chiuderà il 2025 rispetto al 2024 per il nostro settore?

CANALI DI VENDITA – HO.RE.CA.

Sembra finalmente fermarsi il sentiment negativo registrato negli ultimi Report ART circa le previsioni sul canale HORECA. Il canale **resterà stabile per quasi il 60% delle risposte** ma la quota di coloro che prevedono una **crescita raddoppia rispetto a quella rilevata solo tre mesi fa, passando dal 15 al 33%.**

**Resilienza ed innovazione:
due strumenti fondamentali con cui
affrontare i mercati professionali di
questo canale di vendita.**

LIVING ART

IL NOSTRO SETTORE :LE VALUTAZIONI PREVISIONALI DELLE AZIENDE ART

Come si chiuderà il 2025 rispetto al 2024 per il nostro settore?

CANALI DI VENDITA – RETAIL

Sembra invece intraprendere la strada della **stabilizzazione il canale RETAIL**, che si confermerà sugli stessi livelli dell'anno scorso per **quasi il 63% mentre crescerà secondo il 21%** delle imprese. Si dimezza, per contro, la quota di coloro che danno una previsione negativa (passano dal 31 al 16%).

**Ripresa positiva del canale Retail,
per migliore organizzazione spazi
e focalizzazione su offerte di
gamma.**

LIVING ART

Come si evolverà il quadro economico generale di breve periodo?

Pur di fronte ad un **andamento tutto sommato positivo**, i molteplici segnali di instabilità che penalizzano gli indicatori economici ed il clima di fiducia generale inducono le nostre imprese ad un Sentiment decisamente prudente e più “preoccupato” rispetto a quello rilevato tre mesi fa.

Secondo gli associati ART **il quadro economico generale resterà stabile per quasi il 60%** delle imprese (era il 70% tre mesi fa), **tornerà a crescere per il 16%** (contro il 23% del trimestre scorso) e sarà invece negativo per il 26%, un dato quest'ultimo sensibilmente più alto rispetto a quello assai marginale (8%) rilevato nel trimestre scorso.



Ci si deve, insomma, rassegnare ad un 2025 complicato, che al massimo potrà cercare di mantenere gli indicatori economico-sociali al livello del 2024, ma che non riuscirà a migliorare.

Le **fortissime turbolenze** sul piano delle relazioni internazionali, la guerra commerciale globale in atto e la tempesta dei mercati finanziari che si sono scatenate all'inizio del mese di aprile non offrono certamente argomenti a sostegno di un rallentamento dello stato di difficoltà.

Vedremo, a chiusura del secondo trimestre 2025, quali nuovi scenari si profileranno e quale orientamento assumeranno le nostre imprese.