

1/0 2022

LIVING

OSSERVATORIO TRIMESTRALE DATI FATTURATO E PREVISIONE SENTIMENT SETTORE CASA, TAVOLA E CUCINA IN ITALIA

A CURA ASSOCIAZIONE
ART - ARTI TAVOLA E REGALO
CONFCOMMERCIO



Metodologia

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 aprile 2022**.

Le aziende hanno dato risposta con riferimento al fatturato.

Imprese

Si ringraziano le Aziende associate per il focus del 1° Q/2022
ALESSI - BONGIORNI - CASA BUGATTI- INTERNATIONAL
COOKWARE PYREX - LAGOSTINA GROUPE SEB - LAMART -
LIVELLARA - L'OCA NERA - MAINO CARLO - MOPITA -
PRATESI - ROGASKA - TAITU' - TESCOVA - TOGNANA -
VIP HOME GROUPE





STIME CONFCOMMERCIO

A marzo, il **PIL**, ha consolidato la tendenza al rallentamento emersa nei mesi precedenti, con una riduzione dell'1,7% congiunturale.

Nel confronto annuo la crescita si dovrebbe attestare all'1,3%, con un brusco ridimensionamento rispetto ai periodi precedenti ed alle stime di poche settimane fa.

Allo stesso tempo, non si arresta la tendenza al rialzo dell'inflazione. Secondo le stime di Confcommercio, a marzo la variazione dei prezzi al consumo ha portato ad un incremento, su base annua, del 6,7%.

L'Ufficio Studi Confcommercio afferma che «Il quadro congiunturale è rapidamente peggiorato nelle ultime settimane.

Nel momento in cui **si intravedeva una possibile normalizzazione dell'economia**, legata ad una fase meno emergenziale della pandemia, l'avvio della guerra in Ucraina ha riacutizzato le incertezze e il conseguente peggioramento delle prospettive inflazionistiche ha una natura per niente transitoria. Bisogna, dunque, attrezzarsi a fronteggiare una fase di forte decelerazione dell'attività economica.»



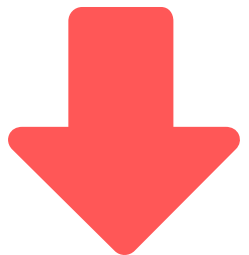
VALUTAZIONI A CONSUNTIVO

ANALISI TRIMESTRE SU TRIMESTRE E ANDAMENTO ULTIMO SEMESTRE



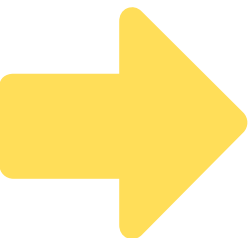
52,9%

AUMENTO FATTURATO 1° Q/22 VS 1° Q/21



29,4%

DIMINUZIONE FATTURATO 1° Q/22 VS 1° Q/21



17,6%

STABILITA' FATTURATO 1° Q/22 VS 1° Q/21

Mercato positivo, ma in frenata

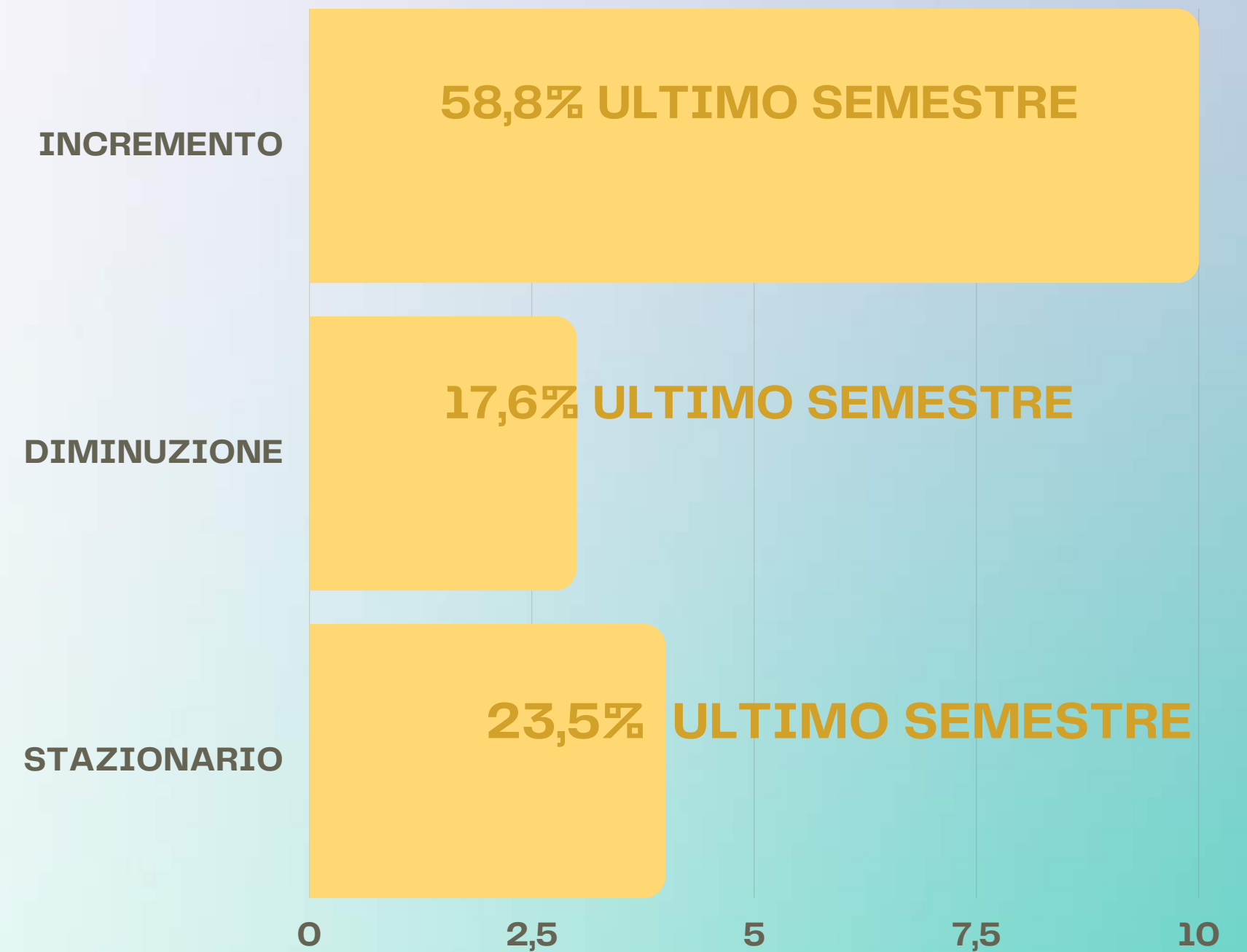
Le valutazioni a consuntivo effettuate alla chiusura del primo trimestre 2022, evidenziano una flessione del trend espansivo registrato nell'anno 2021.

L'onda lunga della crescita

Il trend dell'ultimo semestre è di crescita per quasi il 60% delle aziende e stabile per il 24%, a conferma comunque di "un'onda lunga" positiva che ha favorito il settore

VALUTAZIONI A CONSUNTIVO

ANALISI TRIMESTRE SU TRIMESTRE E ANDAMENTO ULTIMO SEMESTRE





SCENARIO MONDIALE

Dopo due anni di pandemia mondiale, non avremmo mai pensato di dover attraversare anche le spaventose incognite di un conflitto militare potenzialmente globale a sua volta.

La guerra in Ucraina e la recrudescenza della crisi energetica mettono a repentaglio la ripresa economica che stavamo toccando con mano nei mesi scorsi.

Gli scenari globali sono talmente incerti e volatili da non consentire alcuna previsione nemmeno a breve termine.

Stiamo attraversando un momento davvero particolare caratterizzato da una serie di incognite che rappresentano altrettante sfide: l'evoluzione dell'emergenza sanitaria, tuttora oscillante tra regresso e risalita dei contagi ed il conflitto bellico sul fronte ucraino con tutto ciò che questo comporta sul piano politico, sociale, economico si uniscono ad altre variabili esogene potenzialmente destabilizzanti, come l'impennata dei costi energetici, delle materie prime, della componentistica e dei trasporti.



Sentiment” delle imprese ART risente dei **fattori destabilizzanti che rischiano seriamente di compromettere (rallentare o addirittura invertire) il trend positivo** che il nostro settore ha imboccato da oltre un anno.

L'anno chiuderà in peggioramento per il 41% delle imprese, mentre resiste una importante quota di ottimisti (35%) che “vedono” un 2022 nonostante tutto migliore dell'anno scorso.

Alta la quota di chi scommette sulla stabilità tra i due anni (oltre il 23%) a conferma della oggettiva difficoltà di prevedere l'evoluzione di uno scenario così complesso per il nostro settore specifico.

41,2%

FATTURATO ANNO
2022 SU ANNO 2021
IN DIMINUZIONE

35,3%

FATTURATO ANNO
2022 SU ANNO 2021
IN AUMENTO

23,5%

FATTURATO ANNO
2022 SU ANNO 2021
STAZIONARIO

TREND ECONOMICI

NEL BREVE PERIODO 3/6 MESI

Vi sono molte meno incertezze quando si passa alle previsioni relative all'andamento del quadro economico generale nel breve periodo. Queste evidenziano infatti un certo pessimismo diffuso: i due terzi delle imprese prevedono un quadro economico in peggioramento.



**STATO DI
PEGGIORAMENTO**

66,7%



**STATO DI
STABILITA'**

22,2%



**STATO DI
MIGLIORAMENTO**

11,1%





CONSIDERAZIONI FINALI

Commentando il crollo del clima di fiducia dei consumatori rilevato da ISTAT, l'Ufficio Studi osserva che «Il deterioramento del clima di fiducia delle famiglie e delle imprese nel mese di marzo era prevedibile, ma non con l'intensità con cui si è manifestato. Per i consumatori, si tratta di un'erosione totale del miglioramento del sentiment faticosamente conquistato dopo la fase peggiore della pandemia.

Legato ad attese di peggioramento dell'occupazione e dell'inflazione e di conseguenza della situazione personale e delle possibilità di risparmio, questo brusco ridimensionamento produrrà inevitabilmente un'ulteriore frenata nel processo di recupero del livello dei consumi. Tale tendenza potrebbe coinvolgere in misura più significativa i beni durevoli e più in generale gli acquisti di beni e servizi considerati meno necessari, in perfetta coerenza con i riflessi della crescita dei costi delle spese obbligate.»

Questo è il contesto in cui viviamo queste settimane angosciose.

Il mercato italiano si conferma in crescita, ben oltre i livelli pre-pandemia, ma questo primo trimestre 2022 evidenzia segnali di rallentamento legati alle instabilità economico-politiche internazionali.

Le imprese rappresentate da ART restano aperte ad un ottimismo realista ed alla possibilità di trovare soluzioni, cercare spazi di positività e opportunità di crescita, anche nei contesti più difficili.

Il settore ha superato molto bene la drammatica sfida dell'emergenza sanitaria ed è ora il momento di intensificare impegno e capacità imprenditoriale per affrontare questo 2022 che appare oggi così maledettamente complicato.

