

30/2022

LIVING



A CURA DELL' ASSOCIAZIONE DI CATEGORIA NAZIONALE
ART - ARTI TAVOLA E REGALO CONFCOMMERCIO
ottobre 2022

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





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 **me**se di **ottobre 2022**.

Le aziende hanno dato risposta con riferimento al fatturato.

Imprese

Si ringraziano le **Aziende associate** per il focus del 3° Q/2022
 ALESSI - BONGIORNI - CASA BUGATTI - CORRADO CORRADI - FRIVAR -
 INTERNATIONAL COOKWARE PYREX - LAMART - LIVELLARA - L'OCA
 NERA - MAINO CARLO - MOPITA - PEDRINI - PRATESI - TAITU' -
 TESCO MA - TOGNANA - VIP HOME GROUPE



UFFICIO STUDI
CONFCOMMERCIO

CONFCOMMERCIO SU VENDITE AL DETTAGLIO: SI CONSOLIDA PEGGIORAMENTO QUADRO ECONOMICO

Come temuto, la perdita di reddito indotta dalla perdurante e crescente inflazione ha portato le famiglie ad assumere, già nei mesi estivi, atteggiamenti più prudenti in materia di consumo di beni. Il ridimensionamento dei volumi acquistati, infatti, pur interessando principalmente la componente alimentare, è sostanzialmente diffuso ed interessa ormai quasi tutti i format distributivi.

Il calo di agosto, dunque, consolida i segnali di peggioramento del quadro economico. Questa situazione, che si inserisce in un contesto in cui per molti segmenti di consumo si è ancora lontani dai livelli del 2019, associata all'ingente aumento dei costi subiti dalle aziende per il "caro energia", espone un numero crescente di imprese, soprattutto quelle di piccole dimensioni, al rischio chiusura.

L'incremento dei costi delle materie prime e soprattutto dell'energia, uniti alla crescita incontrollata dell'inflazione, incidono severamente sui margini delle imprese e sulla capacità di spesa delle famiglie.

Come sottolinea l'Ufficio Studi di Confcommercio, il dato sull'andamento dei prezzi al consumo nel mese di settembre rappresenta un tassello negativo all'interno di un quadro congiunturale in cui i segnali di rallentamento diventano sempre più concreti ed evidenti. Le tensioni che da oltre un anno si avvertono sulle materie prime, energetiche e non, si stanno diffondendo all'interno del sistema economico. I timori di un ridimensionamento della domanda delle famiglie, e di conseguenza del PIL nella parte finale del 2022, sono supportati da un'inflazione che per i beni ed i servizi che compongono il cosiddetto carrello della spesa ha superato l'11%.

FATTURATO IN EQUILIBRIO

INTERESSE RITROVATO E INVESTIMENTI SU CASA E COMPLEMENTI

Dopo la leggera flessione rilevata a fine aprile, i dati dell'Osservatorio LIVING ART evidenziano **nell'ultimo trimestre un ritorno in positivo degli acquisti.**

A fine agosto gli Italiani che hanno manifestato l'intenzione di acquistare nuove case sono aumentati del 40,2% rispetto a luglio ma cresce anche l'interesse a migliorare quella che hanno già attraverso progetti di ristrutturazione (+3,2%) o l'acquisto di nuovi mobili e accessori (+12,6%)

Anche le nostre imprese segnalano una **crescita di fatturato rispetto al medesimo trimestre dell'anno precedente (adesso attestate sul 37,5%)** mantenendo inalterato il dato rilevato nel precedente trimestre 2022, un equilibrio vitale per il mercato (diminuzione 37,5%)

Resta comunque in media (25%) la quota di chi segnala un trend stabile rispetto al 2021.

37,5%

AUMENTO FATTURATO 3* Q/22 VS 3° Q/21

37,5%

DIMINUZIONE FATTURATO 3° Q/22 VS 3° Q/21

25%

STABILITA' FATTURATO 3° Q/22 VS 3° Q/21

ULTIMO SEMESTRE IN RECUPERO

In Italia, al deciso miglioramento del Pil nel secondo trimestre, si è accompagnato ad agosto il rimbalzo congiunturale della produzione industriale.

La ripresa dei consumi si è associata a una marcata riduzione della propensione al risparmio ancora su livelli superiori a quelli pre-crisi.

Si rileva come dato analitico per le **IMPRESE ART**, che gli investimenti pianificati verso il canale **E-commerce e market place**, **Cataloghi Fidelizzazione Clienti** abbiano determinato sicuramente, il recupero del fatturato.

Questo concetto fondamentale di **revisione di analisi processi e prodotto**, già evidenziato nel precedente rapporto, si consolida sempre di più in una ricerca di **nuovi sbocchi di mercato**: attraverso il rapporto di fidelizzazione con il cliente sia B2B che B2C, in cui la relazione customer – brand è sempre più personalizzata.



**31,3% INCREMENTO
ULTIMO SEMESTRE**



**31,3% STABILE
ULTIMO SEMESTRE**



**37,5% DIMINUIZIONE
ULTIMO SEMESTRE**



SCENARIO MONDIALE

Eurozona verso una brusca frenata. Nell'ultimo periodo, il PIL europeo è cresciuto ancora (+0,8%, dopo +0,7% nel 1°). Tuttavia, forti criticità rischiano di arrestare l'espansione nei prossimi mesi: spinta dai prezzi energetici, l'inflazione è ai massimi (+9,1% annuo in agosto) e potrebbe frenare i consumi delle famiglie, principale traino dell'economia finora; la fiducia delle imprese industriali ha continuato a ridursi in agosto, specie in Francia e Germania, allungando un'ombra sugli investimenti.

USA: quadro incerto. Il PIL è sceso per la seconda volta consecutiva (-0,1%, dopo -0,4% nel 1°). A luglio, però, la produzione industriale è cresciuta di 0,6% e in agosto vari indicatori di attività hanno confermato livelli positivi (ISM a 52,8, Direttori degli acquisti di Chicago a 52,2). Male invece il PMI manifatturiero (51,5 da 52,2) e quasi tutti gli indici territoriali del settore, che sono su valori recessivi. D'altra parte, la fiducia dei consumatori ad agosto è salita in modo rilevante (58,2 da 51,5).

Emergenti: male solo la Cina. La manifattura cinese frena, sia per i razionamenti di energia legati all'ondata di caldo estiva, sia per il proseguire delle misure anti-Covid. In India, la produzione e i nuovi ordini crescono al ritmo più alto da nove mesi, grazie alla riduzione dei contagi e alla moderazione dei costi delle materie prime. Il calo dei costi fa restare la manifattura brasiliana in territorio positivo e restituisce slancio pure all'economia russa, dove la manifattura segna un record nelle vendite dal 2019.

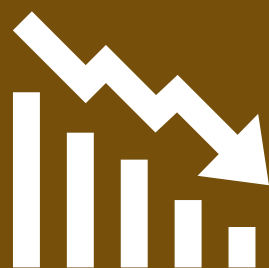




43,8 % AUMENTO FATTURATO ANNO 2022 SU 2021



25 % STABILITA' FATTURATO ANNO 2022 SU 2021



31,2 % DIMINUZIONE FATTURATO ANNO 2022 SU 2021

VALUTAZIONI PREVISIONALI

ESPRESSIONE DI SENTIMENT SULL'ANNO 2022 RISPETTO ALL'ANNO 2021 E TREND ECONOMICO NEL BREVE PERIODO (3/6 MESI)

UN ANNO ANCORA POSITIVO

L'anno 2022 si chiuderà in modo tutto sommato ancora accettabile rispetto al 2021. **Per quasi il 44% chiuderà con un fatturato in crescita.**

La vera partita, dall'esito incerto e fonte di non poche preoccupazioni, è quella che riguarderà l'**andamento del 2023.**

Lo scenario vira al ribasso.

Il rincaro del gas da agosto è divenuto fuori controllo, sulla scia dei tagli delle forniture dalla Russia.

La resilienza dell'industria è alle corde, dopo troppi mesi di impatto del caro-energia sui margini delle imprese: soffriranno gli investimenti.

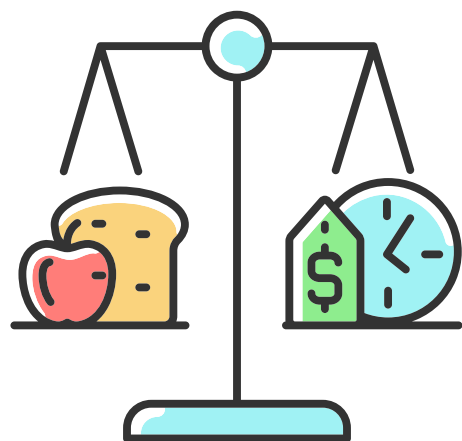
L'inflazione record erode il reddito delle famiglie e minaccia i consumi, protetti (in parte e non per molto ancora) dal risparmio accumulato.

Ci sono circostanze nelle quali anche il più ottimista degli imprenditori deve cedere campo ad un crudo realismo: **il prossimo anno sarà molto difficile e richiederà uno sforzo comune del tutto straordinario**



STATO DI
MIGLIORAMENTO

12,5%



STATO DI
STABILITA'

37,5%



STATO DI
PEGGIORAMENTO

50 %

VALUTAZIONI PREVISIONALI

ESPRESSIONE DI SENTIMENT SULL'ANNO 2022 RISPETTO ALL'ANNO 2021 E TREND ECONOMICO NEL BREVE PERIODO (3/6 MESI)

IMPRESE E CONSUMATORI: ATTEGGIAMENTI PIU' PRUDENTI

La metà delle risposte sul trend di breve periodo del quadro economico generale prevede un peggioramento complessivo, a fronte di un oltre 37% circa di chi ipotizza stabilità.

Il dato rilevato della fiducia di miglioramento si attesta su 12,5%.

I pessimismo delle imprese sulle proprie condizioni operative nei prossimi tre/sei mesi si è acuito, continuando a riflettere principalmente l'incertezza imputabile a fattori economici e politici e l'andamento dei prezzi delle materie prime.

Al peggioramento dei giudizi sulle condizioni per investire si è associata una moderata revisione al ribasso dei piani di investimento per il 2022 da parte delle imprese industriali in senso stretto e dei servizi, che tuttavia continuerebbero ad accrescere la spesa.

L'espansione dell'occupazione proseguirebbe, sebbene a ritmi più contenuti.



CONSIDERAZIONI FINALI

Il nostro mercato fino ad oggi è riuscito a “tenere” le posizioni ma inizia a mostrare segni di rallentamento che inducono a prevedere un 2023 di grande sofferenza. Purtroppo, la gran parte delle problematiche che impattano sulla filiera e sui consumi non sono governabili dal sistema imprenditoriale, ma dipendono da fattori esterni rispetto ai quali le imprese sono spettatrici interessate ma con pochissime armi a disposizione.

Realisticamente ci si deve preparare per un nuovo anno che metterà a dura prova la tenuta del sistema economico e sociale e che, secondo alcuni analisti, potrà risultare anche più difficile rispetto al periodo dell'emergenza sanitaria del 2020. Lo stesso **Presidente Confcommercio, Carlo Sangalli, ha espresso questa preoccupazione: «L'impatto della crisi sarà durissimo, peggio della pandemia. Da qui alla fine dell'anno rischiamo di perdere 370.000 posti di lavoro».**

L'analisi, in un contesto del genere, è facile ed impietosa, benché ogni esercizio previsionale sia davvero complicato e fuori luogo.

Di fatto ci si trova di fronte alla situazione che Sangalli sintetizza così: «Crescono repentinamente i costi d'esercizio delle imprese e viene tagliato il potere d'acquisto dei consumatori. In media d'anno, stimiamo, per il 2022, un'inflazione del 7,5%. Risultato: nel 2022, crescita dei consumi attorno al 4%, quindi circa 1 punto al di sopra del Pil. Attenzione, però: a fine 2022 e rispetto al 2019, mancheranno ancora circa 35 miliardi di euro di consumi. In altri termini, una riduzione di spesa pro-capite di oltre 300 euro. Nel 2023, crescita dei consumi in linea con il Pil, cioè non più di qualche decimo di punto. Questo nello scenario migliore. Ma cresce il rischio di prospettive ben peggiori».

Qualche spiraglio di ottimismo deriva dalla estrema volatilità dei fattori che determinano i trend economici in questa fase caotica e quindi dalla possibilità teorica che almeno qualcosa possa migliorare ad esempio sul fronte bellico o degli approvvigionamenti energetici, così come sono decisamente migliorate le condizioni di trasporto intercontinentale rispetto a pochi mesi fa. Inoltre, non tutti i comparti economici reagiscono nello stesso modo in tempi di crisi: l'exploit degli articoli per la casa e la cucina in tempi di pandemia dimostra che possono emergere inattesi slanci di vitalità anche in situazione di difficoltà diffusa.