

# LIVING

OSSERVATORIO ART- ARTI DELLA TAVOLA E DEL REGALO CONFCOMMERCIO  
DATI FATTURATO Q3/2023 E SENTIMENT PREVISIONALE 2023

- ✓ MERCATO ITALIA
- ✓ EXPORT
- ✓ CANALE HO.RE.CA.
- ✓ CANALE DETTAGLIO SPECIALIZZATO - DPT STORE - GDO

PUBBLICAZIONE OTTOBRE 2023



# INDICE

---

- 01 Indice
- 02 Metodologia e Aziende Brand
- 03 Consumi generali mercato ITALIA
- 04 Produzione industriale scenario ITALIA
- 05 Settore Casa : valutazioni a consuntivo su 3° trimestre '23 su 3° trimestre '22
- 06 Settore Casa: valutazioni a consuntivo trend di vendita ultimo semestre mercato ITALIA
- 07 Settore Casa: valutazioni a consuntivo trend vendita ultimo semestre mercato EXPORT
- 08 Settore Casa: valutazioni a consuntivo trend vendita ultimo semestre canale vendita HO.RE.CA.
- 09 Settore Casa: valutazioni a consuntivo trend vendita ultimo semestre canale vendita RETAIL
- 10 Settore Casa: valutazioni previsionali chiusura anno 2023 rispetto anno 2022 mercato ITALIA
- 11 Settore Casa: valutazioni previsionali chiusura anno 2023 rispetto anno 2022 mercato EXPORT
- 12 Settore Casa: valutazioni previsionali chiusura anno 2023 rispetto anno 2022 canale vendita HO.RE.CA.
- 13 Settore Casa: valutazioni previsionali chiusura anno 2023 rispetto anno 2022 canale vendita RETAIL
- 14 Considerazioni generali su quadro economico nel breve periodo di 3/6 mesi



# 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 **OTTOBRE 2023**. Le aziende hanno dato risposta con riferimento al fatturato.

**Si ringraziano le Aziende Associate per il loro contributo alla stesura dei dati Q3/2023:**

ALESSI - ALLUFLON MONETA - BOHEMIA - CASA BUGATTI - CORRADO CORRADI - GALILEO VILLA D'ESTE - LAMART - LIVELLARA - MAINO CARLO - PEDRINI - POZZI MILANO EASYLIFE - PRATESI - PYREX - TAITÚ - TESCOVA - TOGNANA - VILLEROY & BOCH - VIP HOME GROUP





CONSIDERAZIONI INTRODUTTIVE GENERALI

## QUADRO ECONOMICO

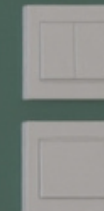
# CONSUMI ITALIA

Il quadro economico mostra segnali di sofferenza, in parte, ma non esclusivamente, legati al deterioramento del quadro politico internazionale. Permangono criticità legate ai prezzi, ai consumi, alla produzione, al clima di fiducia.

Fonte ISTAT "Gli indicatori congiunturali più recenti suggeriscono per i **prossimi mesi il permanere della fase di debolezza dell'economia italiana**".

In settimana la stessa fonte ha pubblicato i dati sul Commercio al dettaglio dai quali emerge ad agosto una **diminuzione congiunturale delle vendite al dettaglio sia in valore sia in volume**.

Dal canto suo, la **BCE** difende la propria politica sui **tassi di interesse** e sostiene che questi hanno raggiunto livelli che, mantenuti per un periodo sufficientemente lungo, **forniranno un contributo sostanziale al tempestivo ritorno dell'inflazione al target**. BCE scrive che ci sono **tre ragioni per cui non essere pessimisti**: ci aspettiamo che i dati di crescita aumentino il prossimo anno; l'inflazione è attualmente in forte calo; il tasso di occupazione è più alto che mai in Europa, e si sta stabilizzando a quel livello.





UFFICIO STUDI CONFCOMMERCIO

## CALA LA DOMANDA, MA ANCHE LA FIDUCIA DELLE FAMIGLIE E IMPRESE

L'Ufficio studi di Confcommercio scrive che: «**Il calo delle vendite a volume** rilevato ad agosto, sia congiunturale che tendenziale - superiore alle nostre stime - **è l'ulteriore conferma di un quadro economico complicato, per di più in via di estensione a quasi tutto il resto dell'Europa.** Alla debolezza della domanda per consumi si associa, infatti, un calo della fiducia delle famiglie e delle imprese e lo stesso rientro delle dinamiche inflazionistiche rischia di essere rallentato da qualche tensione sulle materie prime energetiche. A conferma di questa situazione, ad agosto **l'indice del disagio sociale misurato da Confcommercio (MIC) si è attestato a 15,2, in aumento di sei decimi di punto su luglio.**

Il peggioramento registrato ad agosto riflette il riacutizzarsi di **tensioni nei prezzi di alcuni beni (carburanti) ad alta frequenza d'acquisto.** Per contro il mercato del lavoro, dopo lo stop registrato nel mese di luglio ha mostrato una tendenza al miglioramento. Il dato va letto con cautela in considerazione del rallentamento in atto e dello sfasamento temporale che solitamente si registra tra dinamiche produttive ed occupazione.

# CONGIUNTURA INFLAZIONISTICA

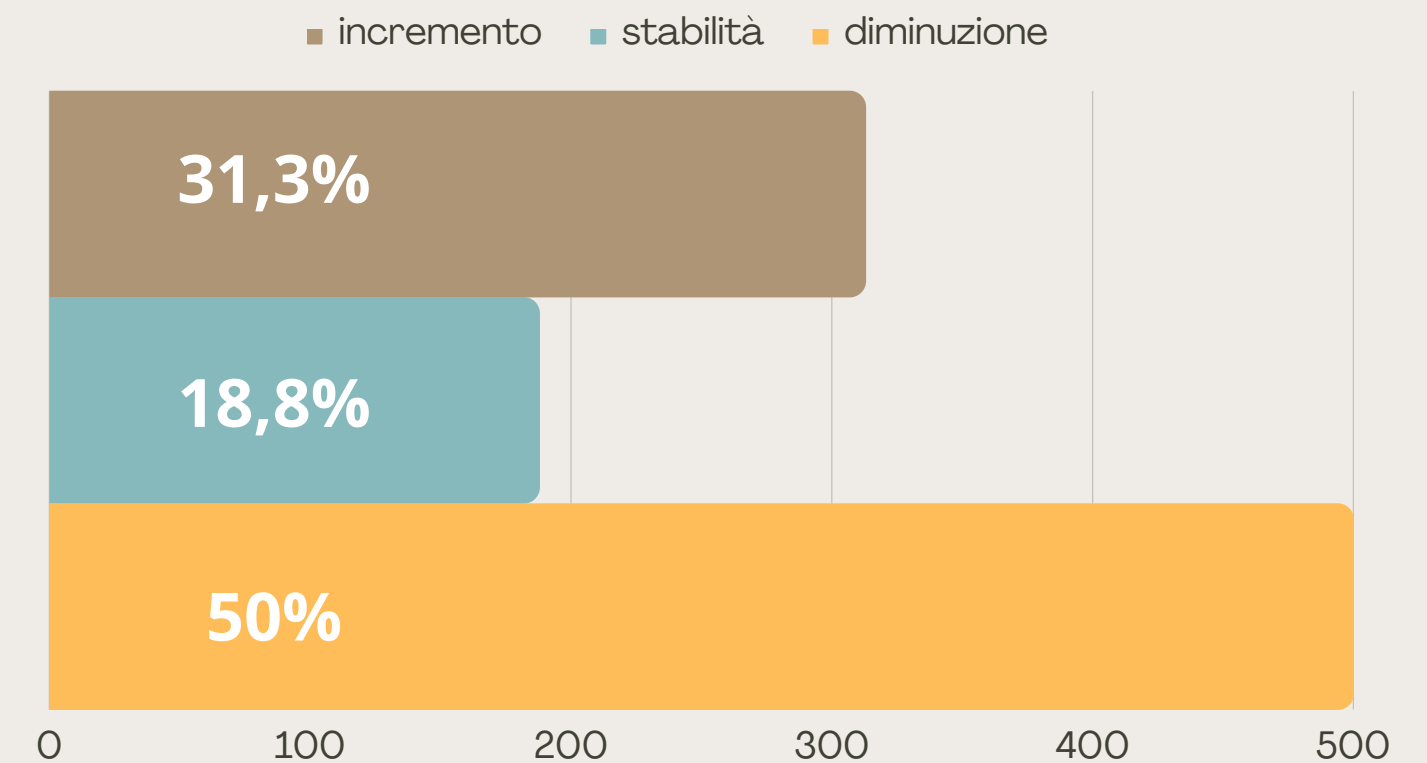


# ESTATE CALDA



L'andamento del terzo trimestre conferma il **trend negativo** già visto il trimestre scorso. La metà delle imprese segnala un andamento peggiore rispetto allo scorso anno in termini di fatturato mentre il 19% segnala stabilità.

Non trascurabile, ma comunque minoritaria (**oltre 30%**) la quota di **coloro che segnalano un trend in crescita trimestre su trimestre.**



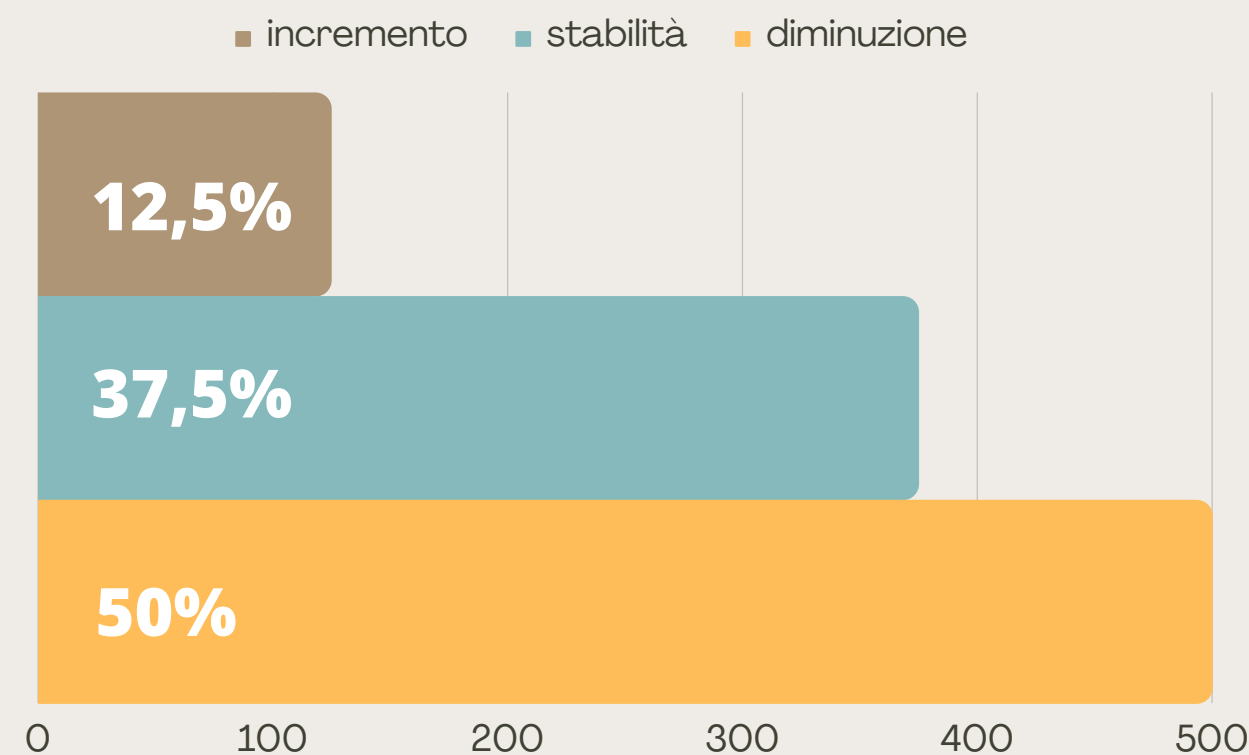


# ASPETTANDO NATALE

Se l'angolo di lettura diventa l'**ultimo semestre**, la fase critica appare decisamente evidente.

Mentre tre mesi or sono era prevalente l'indicazione di stabilità, adesso la metà delle risposte indica la contrazione delle vendite ed il 38% indica stabilità.

Nessun dubbio sul fatto che il **mercato stia vivendo una fase riflessiva**, del resto in linea con il quadro generale riassunto in apertura





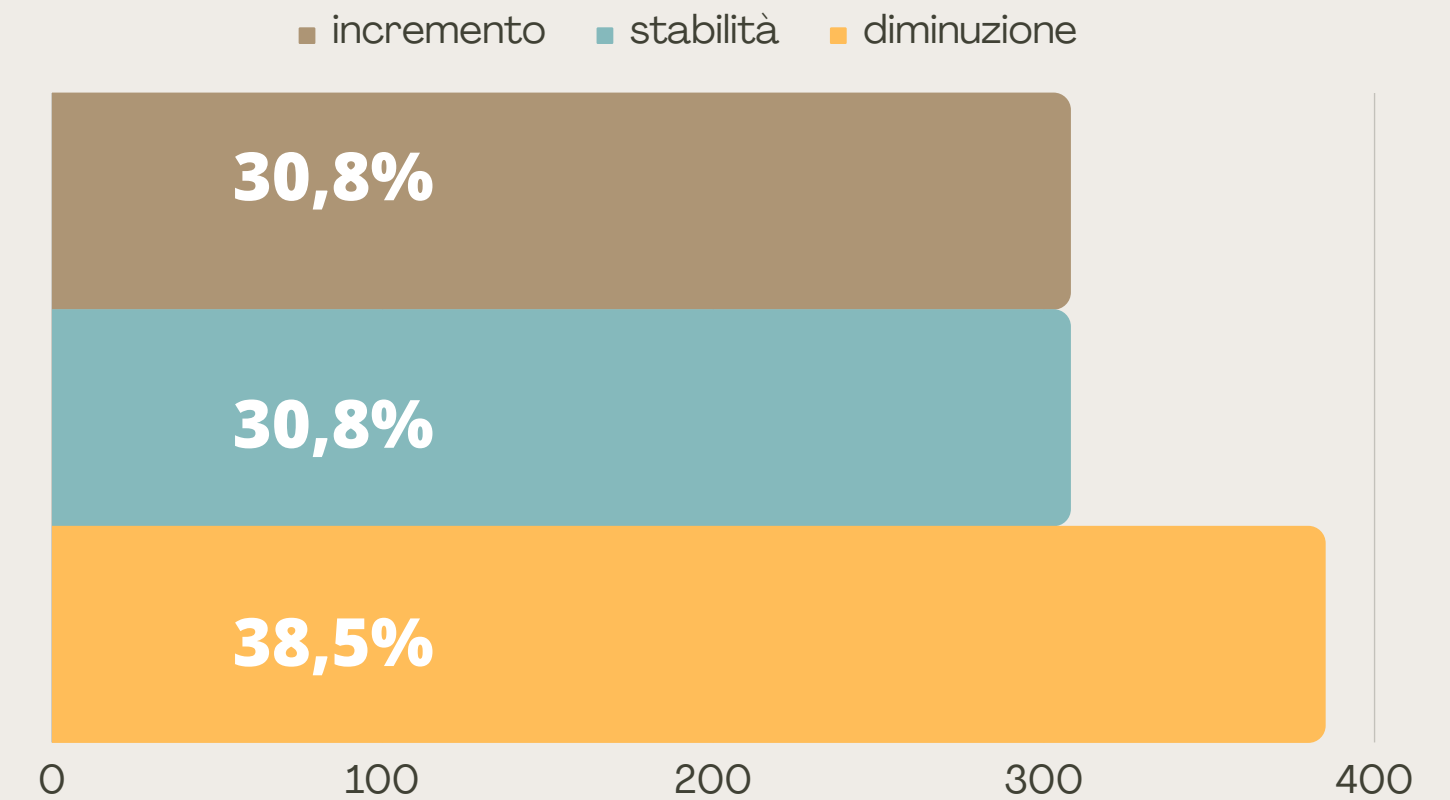
# EXPORT

il focus sulle vendite all'estero nell'ultimo semestre conferma che le difficoltà non risparmiano nemmeno l'export.

**Prevale l'indicazione di contrazione del fatturato estero** e, come già osservato tre mesi fa, il dato sull'estero conferma quello generale relativo al mercato interno.



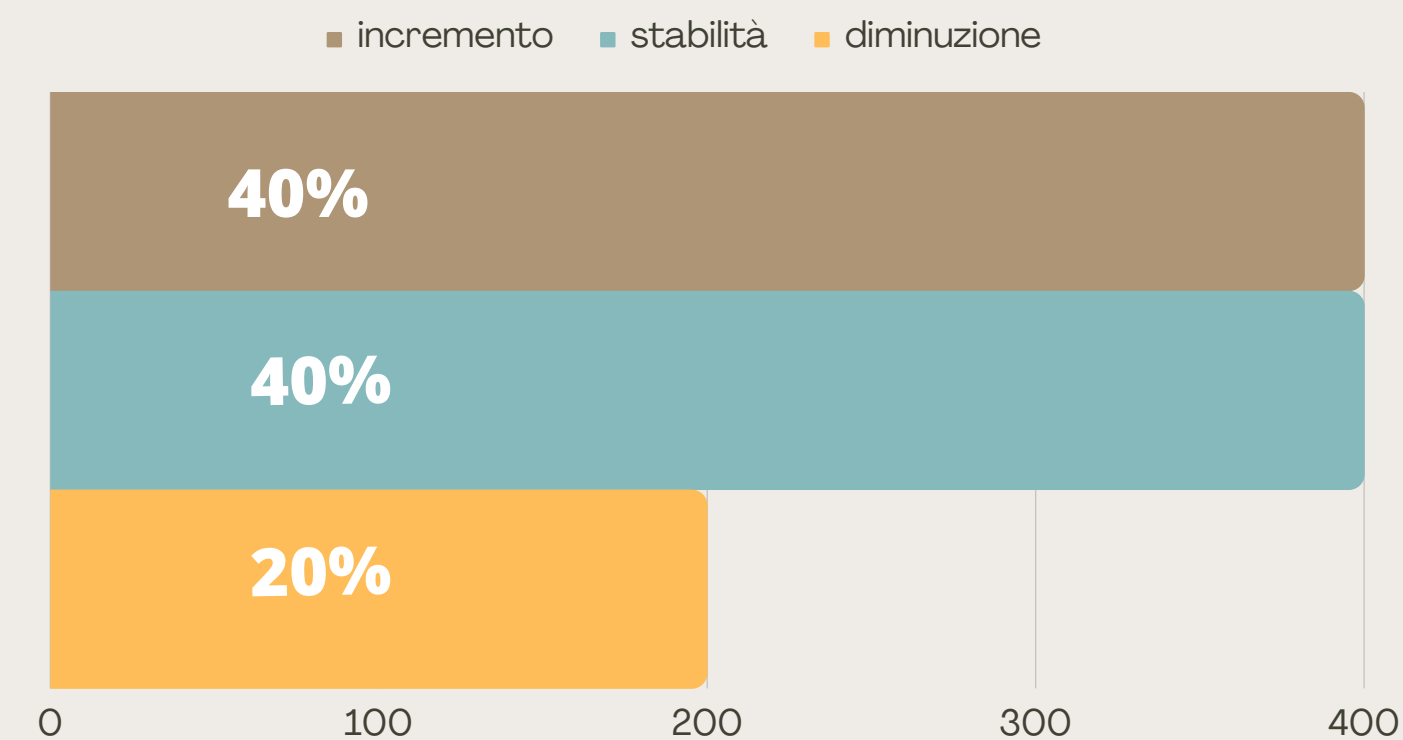
mmcpartners





# HO.RE.CA.

Il dati a consuntivo sull'andamento dell'ultimo semestre, se declinati per canale di vendita confermano un buon andamento del **canale HORECA** (che evidenzia ancora una crescita o almeno una stabilità di fatturati)





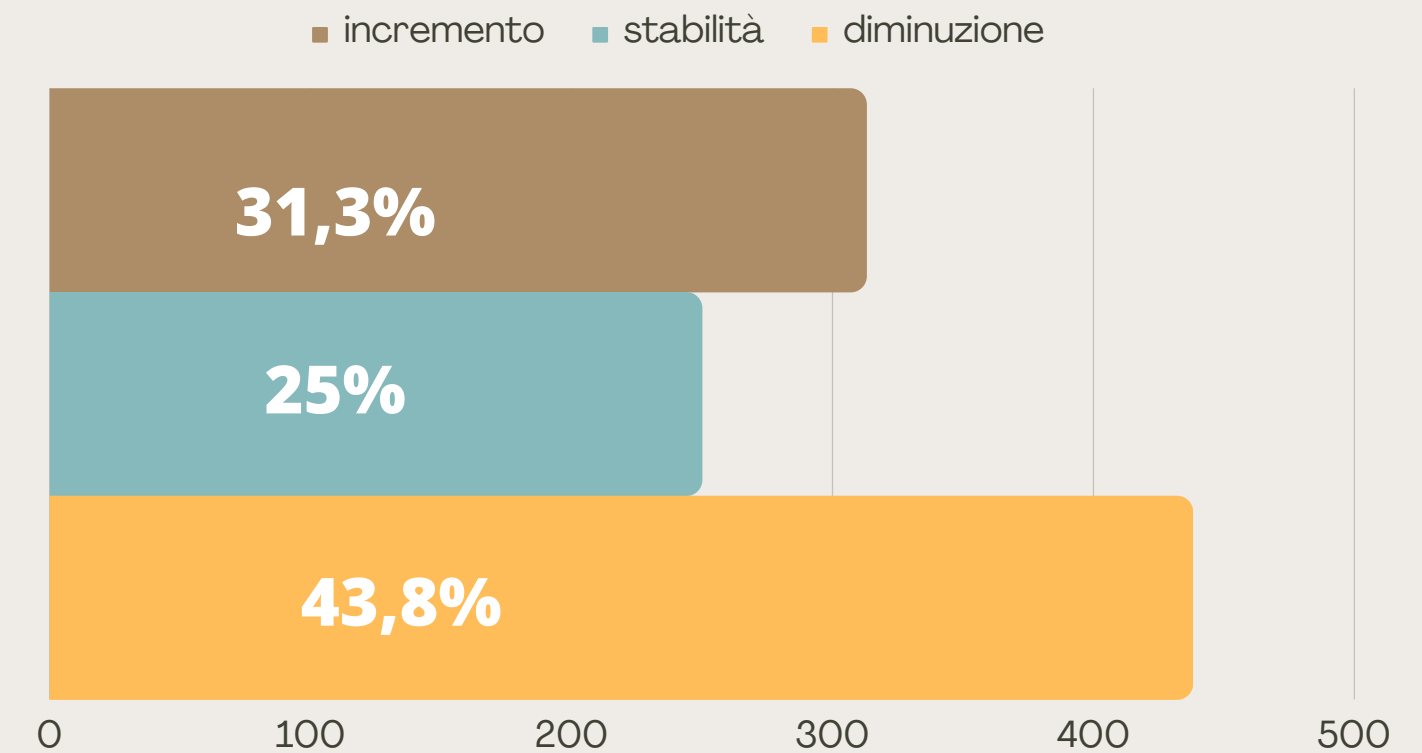
# RETAIL

Dettaglio specializzato - GDO - Dept. Store - Ecommerce - etc.

**il canale RETAIL resta fortemente sofferente**, con un calo segnalato dal 44% delle imprese e la stabilità segnalata dal 25%. Questi dati confermano le considerazioni svolte commentando il trimestre scorso: **il nostro settore sta rallentando e si muove a velocità diverse** non nella dimensione territoriale (Italia vs. Estero) che segue le stesse dinamiche quanto sui canali di sbocco del prodotto.

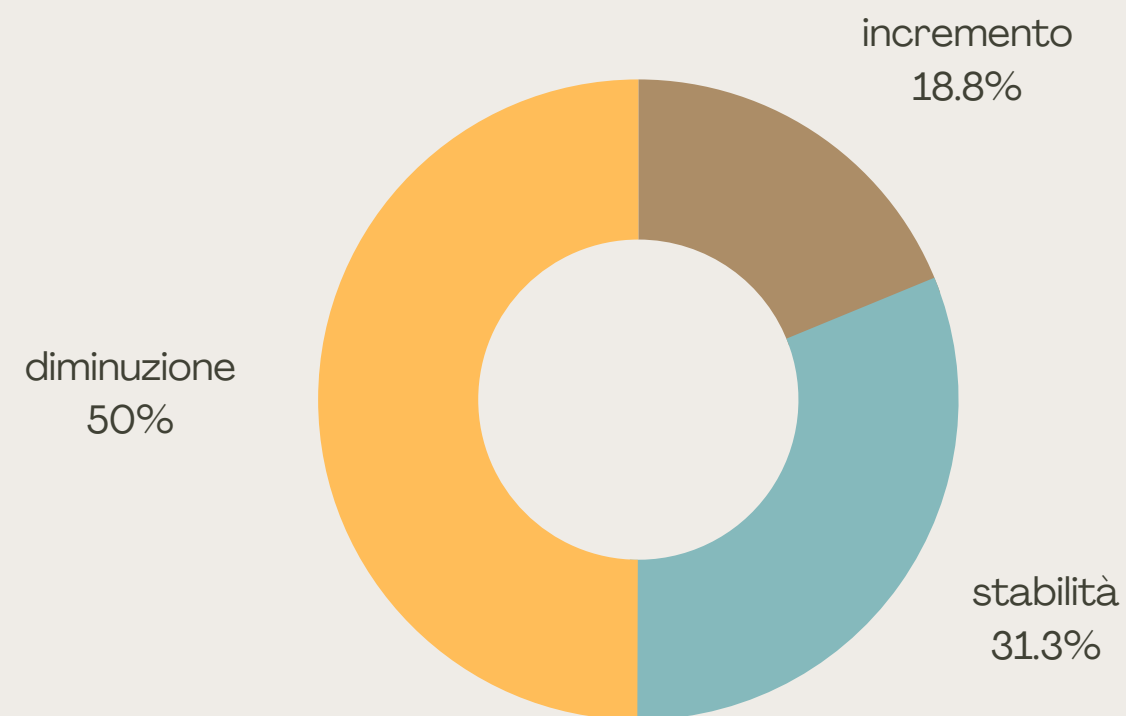


mncpartners





# RIFLESSIONI D'AUTUNNO



Il dato previsionale complessivo, riferito al nostro settore specifico, evidenzia un **mercato peggioramento del sentiment** delle imprese associate ART.

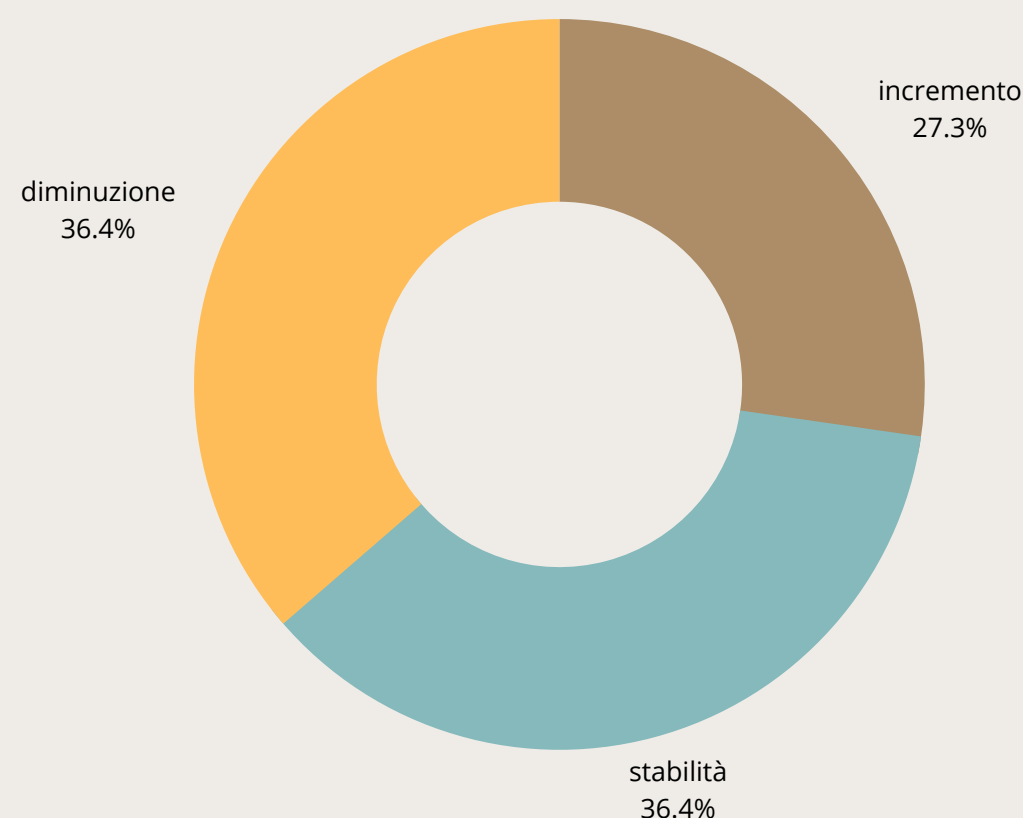
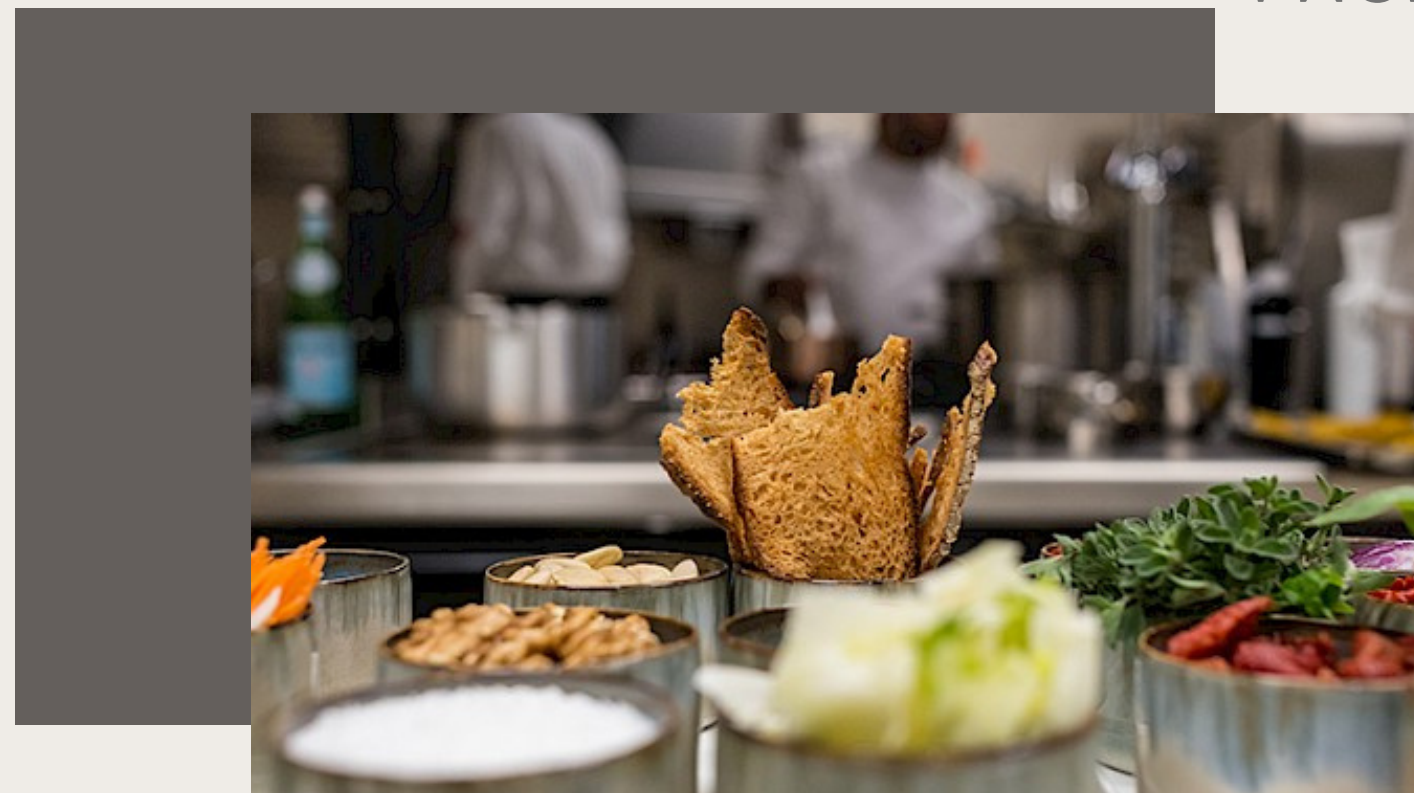
Se solo tre mesi fa il 57% delle risposte prevedeva un 2023 stabile rispetto all'anno precedente, adesso prevale nettamente la quota di chi prefigura un anno in contrazione di fatturato (50%).

**La stabilità è prevista dal 31% dei rispondenti**

Registrata e minoritaria, ma non trascurabile, l'opinione degli "ottimisti" (19%).

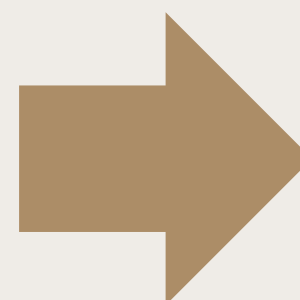


# SEGNALI INTERMITTENTI



L'analisi previsionale delle aziende ART si conferma estremamente prudente anche quando si tratta di analizzare le vendite all'estero.

**Si equivalgono le percentuali di che prevede un export 2023 in calo e chi lo vede allineato sul risultato dello scorso anno.**

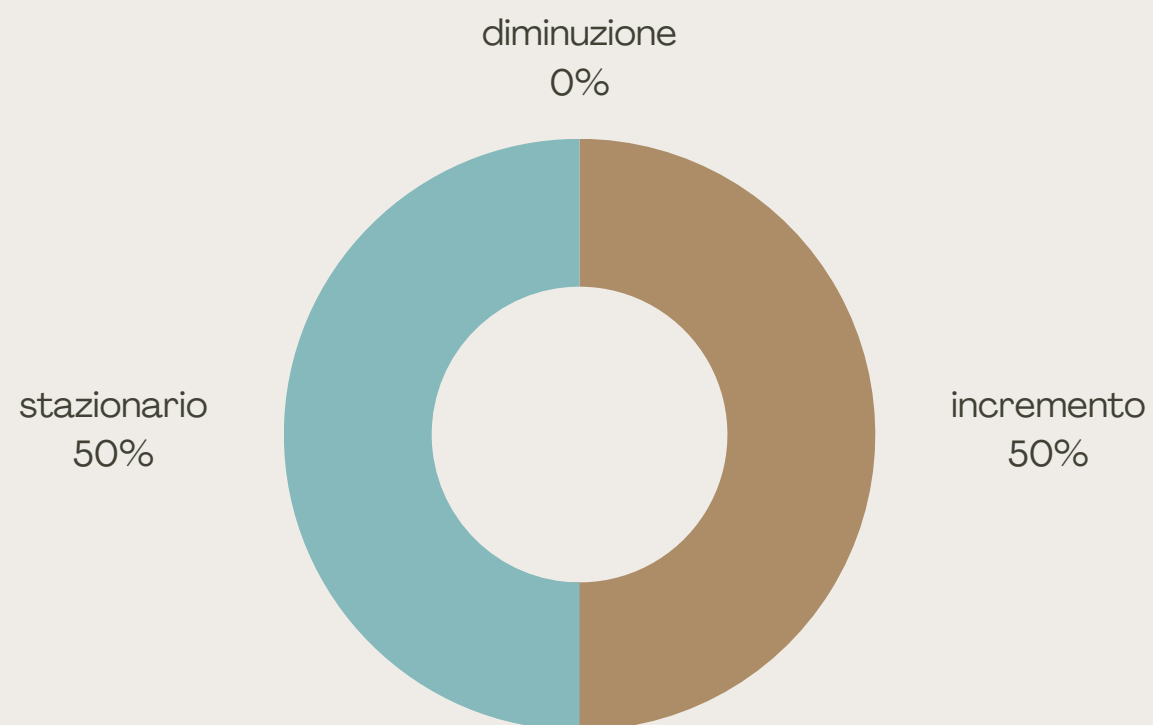


Secondo le stime fornite da cartella stampa **Milano HOME:**  
"scenari evolutivi interessanti nel periodo 2024-2027 sia per le esportazioni italiane che per le importazioni del nostro settore, con **crescite superiori al 3% annuo.**

Si tratta, ovviamente, di stime sul medio periodo che dovranno fare i conti con la presente fase di criticità diffusa, alimentata dalle tensioni internazionali e dalle loro conseguenze sui costi energetici e delle materie prime.  
Senza contare **l'importantissimo aspetto psicologico che determina il clima di fiducia e, quindi, la propensione ai consumi.**"



# HO.RE.CA. OPPORTUNITA' PER TUTTI?



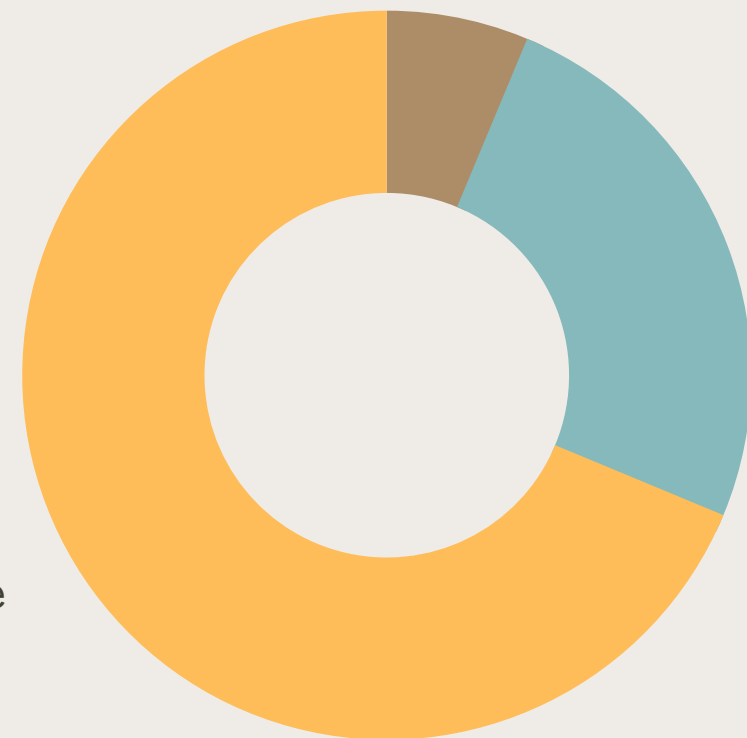
Come chiuderà il 2023 parlando di canali di vendita?  
**L'HO.RE.CA** resta decisamente il canale più interessante e dinamico: nessuno ipotizza che le vendite su questo canale saranno peggiori dello scorso anno, mentre le risposte si dividono equamente tra chi prevede una ulteriore crescita e chi prudenzialmente prevede stabilità.



# RETAIL IN CADUTA LIBERA?



incremento  
6.3%



stabilità  
25%

diminuzione  
68.7%

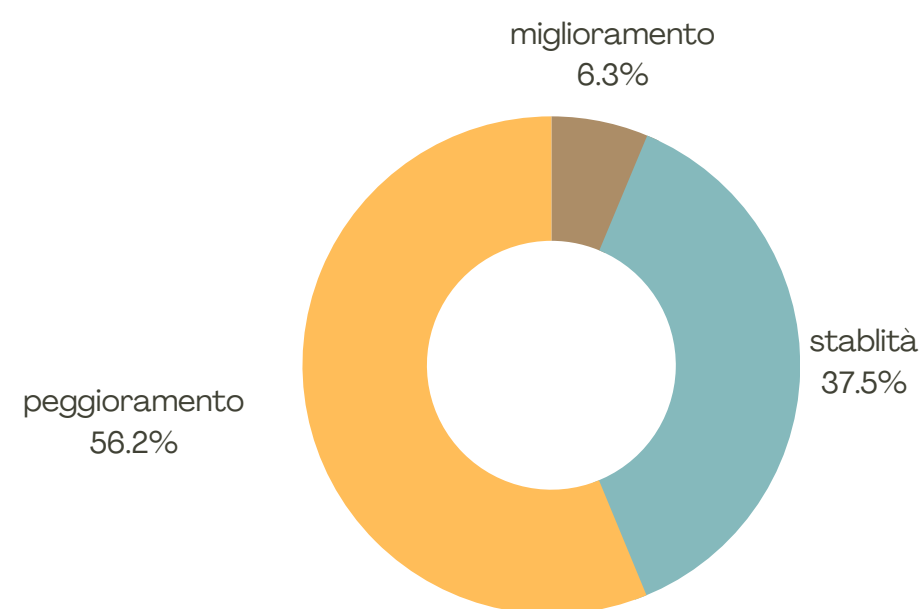
Nessuna sorpresa quanto si passa al canale Retail, le cui difficoltà risultano evidenti: **il sentiment ART peggiora decisamente** rispetto a quello rilevato solo tre mesi or sono.

**Il 70% delle risposte prevede un 2023 in flessione**, mentre il 25% parla di mercato stazionario.

Di sicuro, non c'è spazio per un segno positivo almeno quest'anno.



# ORIZZONTI



Ne emerge la netta sensazione che questa **seconda parte dell'anno sarà particolarmente difficile**. Il quadro economico andrà peggiorando per quasi il 60% delle imprese e resterà stabile per il 38%. **La crescita registrata nel 2022 non sarà in alcun modo replicabile** anche se non mancano analisi previsionali di medio periodo che aprono **spiragli ottimistici per i prossimi anni, a livello mondo**.

Secondo le stime fornite da cartella stampa **Milano HOME**,

Il 2023 sta mostrando una decelerazione degli scambi mondiali del comparto, con una **pre-stima di chiusura d'anno di leggera flessione nei valori in euro (-1.4%)**.

**Nello scenario al 2027, il commercio mondiale di prodotti HOME è atteso recuperare dinamicità, con crescite medio annue comprese tra i 4.3 e i 5.4 punti percentuali nei valori in euro».**