

LIVING

OSSERVATORIO ART- ARTI DELLA
TAVOLA E DEL REGALO
CONFCOMMERCIO

DATI FATTURATO Q4 /2023
E SENTIMENT PREVISIONALE 2024

**PUBBLICAZIONE
GENNAIO 2024**





INDICE

- 01 Indice
- 02 Metodologia e Aziende Brand
- 03 Scenario economico ITALIA
- 04 Settore Casa : valutazioni a consuntivo su 4° trimestre '23 su 4° trimestre '22
- 05 Settore Casa: valutazioni a consuntivo trend di vendita ultimo semestre mercato ITALIA
- 06 Settore Casa: valutazioni a consuntivo trend vendita ultimo semestre mercato EXPORT
- 07 Settore Casa: valutazioni a consuntivo trend vendita ultimo semestre canale vendita HO.RE.CA.
- 08 Settore Casa: valutazioni a consuntivo trend vendita ultimo semestre canale vendita RETAIL
- 09 Settore Casa: valutazioni previsionali chiusura anno 2024 rispetto anno 2023 mercato ITALIA
- 10 Settore Casa: valutazioni previsionali chiusura anno 2024 rispetto anno 2023 mercato EXPORT
- 11 Settore Casa: valutazioni previsionali chiusura anno 2024 rispetto anno 2023 canale vendita HO.RE.CA.
- 12 Settore Casa: valutazioni previsionali chiusura anno 2023 rispetto anno 2022 canale vendita RETAIL
- 13 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 gennaio 2024

.Le aziende hanno dato risposta con riferimento al fatturato.

Si ringraziano le Aziende Associate per il loro contributo alla stesura dei dati Q4/2023

BOHEMIA - LIVELLARA - MAINO CARLO - PEDRINI - POZZI MILANO -
PRATESI - PYREX - ROGASKA - TESCOA - TRADIZIONI ASSOCIATE -
VIP HOME GROUP



SCENARIO ECONOMICO ITALIA

Il mercato italiano evidenzia anche alcune significative positività: i consumi 2023 sono stati buoni, l'inflazione è in calo, l'occupazione cresce, il PIL è positivo. Le previsioni per il 2024 leggono la discesa dell'inflazione e il miglioramento delle dinamiche salariali come premessa per un consolidamento dei consumi interni.

Lo scenario tratteggiato dagli analisti è quindi, tutto sommato, positivo per l'economia nazionale e lascia aperti spiragli di ottimismo anche per i consumi del nostro settore di riferimento, **soprattutto se sarà in grado di intercettare dinamiche di consumo e canali di sbocco (come ad esempio HORECA e Promozioni) che manifestano segnali di vitalità.**

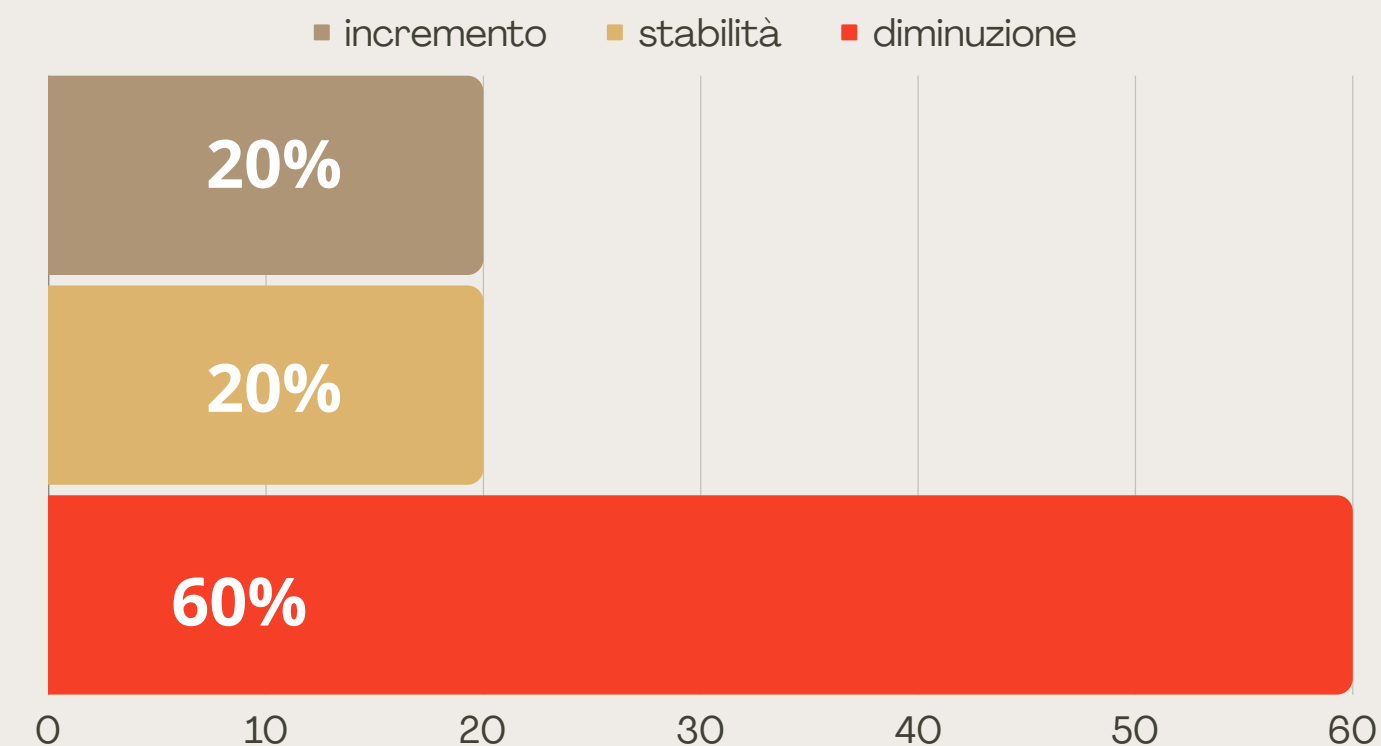
Il contesto nel quale le nostre imprese si muovono, è connotato da alcune evidenti criticità dovute soprattutto al fronte internazionale: il quadro è certamente sfavorevole, costellato da crisi di carattere politico, sociale ed economico che trovano la loro espressione massima nella deflagrazione di diversi conflitti militari di respiro potenzialmente mondiale.

Accanto a questo, ed in parte alimentato da tale clima, permangono le tensioni sulle materie prime, le incertezze sui tempi di consegna, l'oscillazione dei costi dei trasporti internazionali che l'attuale crisi sul canale di Suez rischia di far esplodere dopo alcuni mesi di relativa tranquillità, l'impossibilità di governare il costo dell'energia, la cui variabilità dipende da fattori totalmente esogeni ed imprevedibili.

CONTRAZIONE

Come è andato il quarto trimestre 2023 rispetto al quarto trimestre 2022?

L'anno 2023 si chiude con un trimestre la cui performance evidenzia un'accelerazione del processo di contrazione delle vendite già in atto da mesi. L'andamento del quarto trimestre **consolida, infatti, il trend negativo** già rilevato nei mesi scorsi: il 60% delle imprese segnala un andamento peggiore rispetto allo scorso anno in termini di fatturato mentre il 20% segnala stabilità. Il segnale è chiarissimo: **il mercato interno conferma la frenata rispetto all'esercizio precedente.**

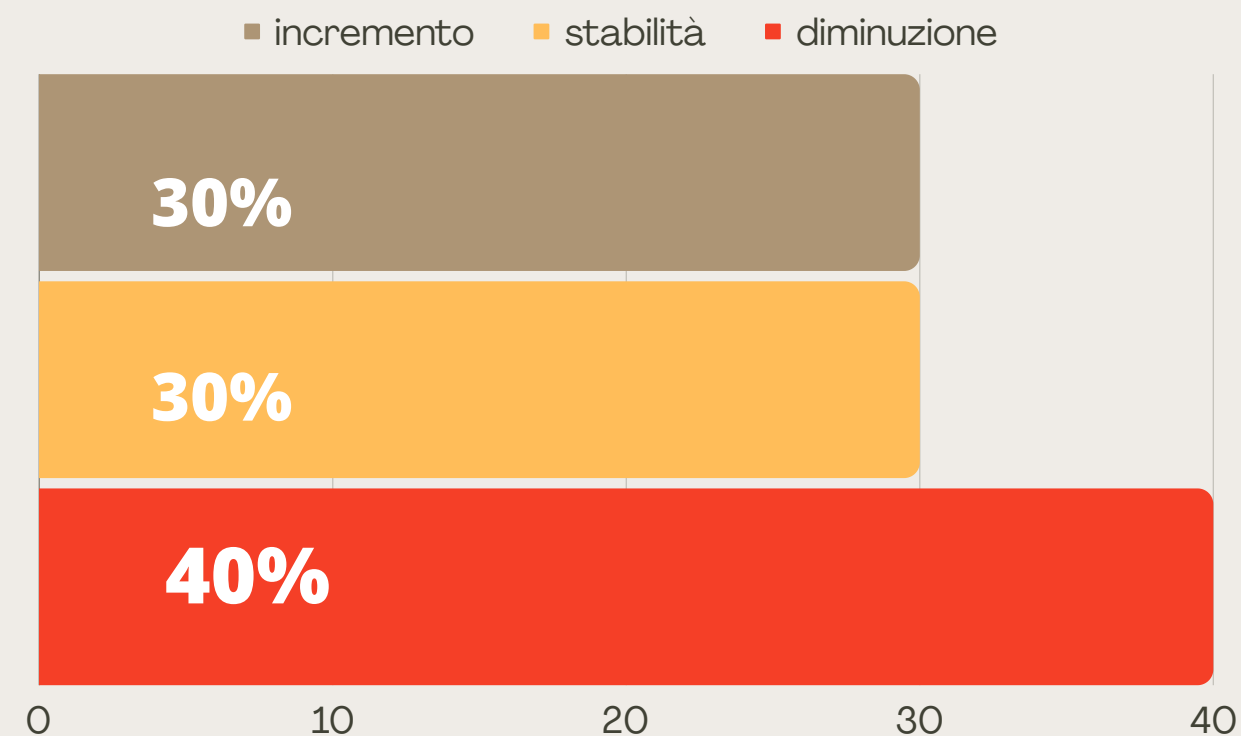
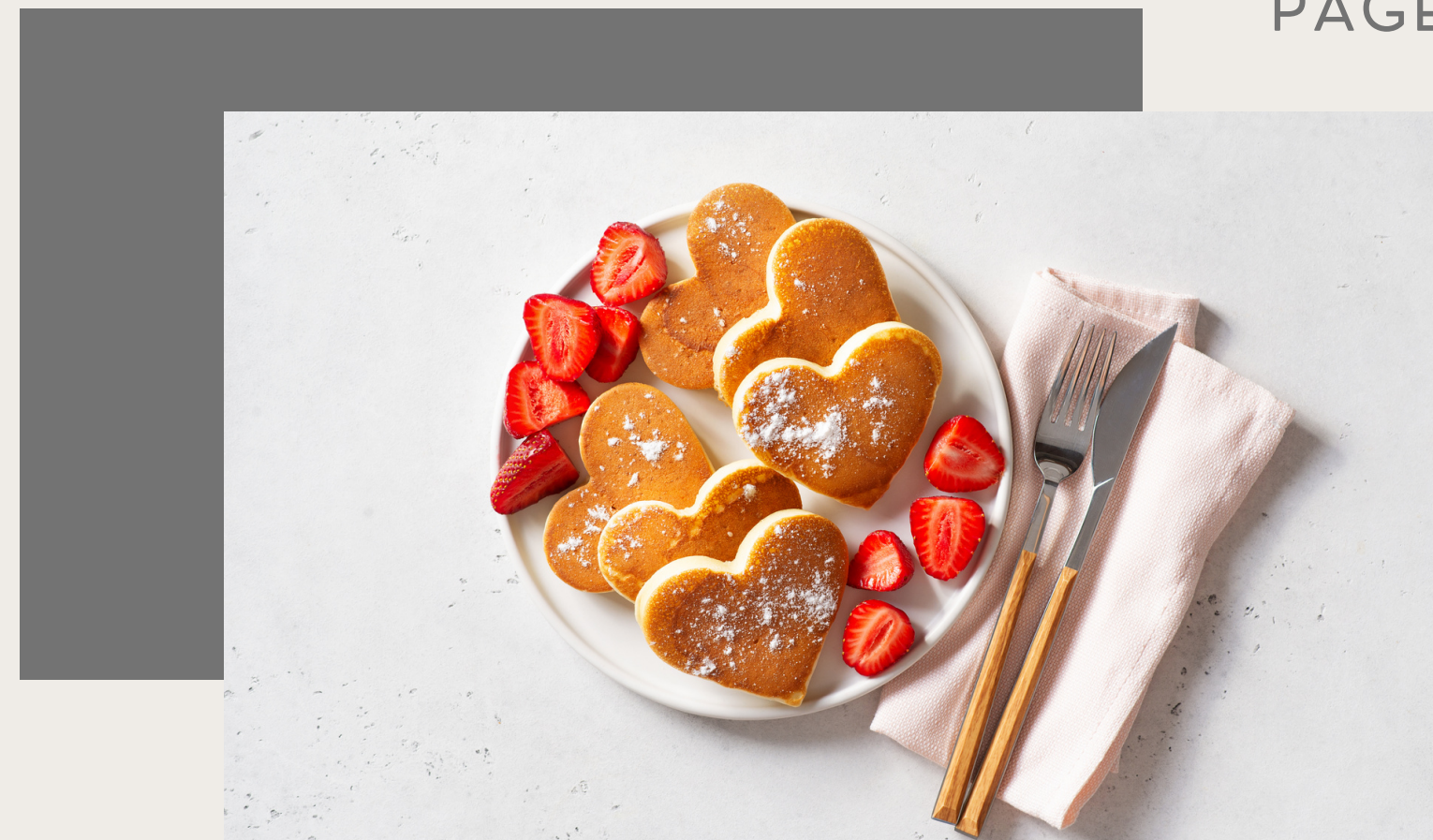


CRESCITA RALLENTATA

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

MERCATO ITALIA – lo sguardo sull'ultimo semestre conferma queste indicazioni: **il mercato interno fa fatica a crescere.**

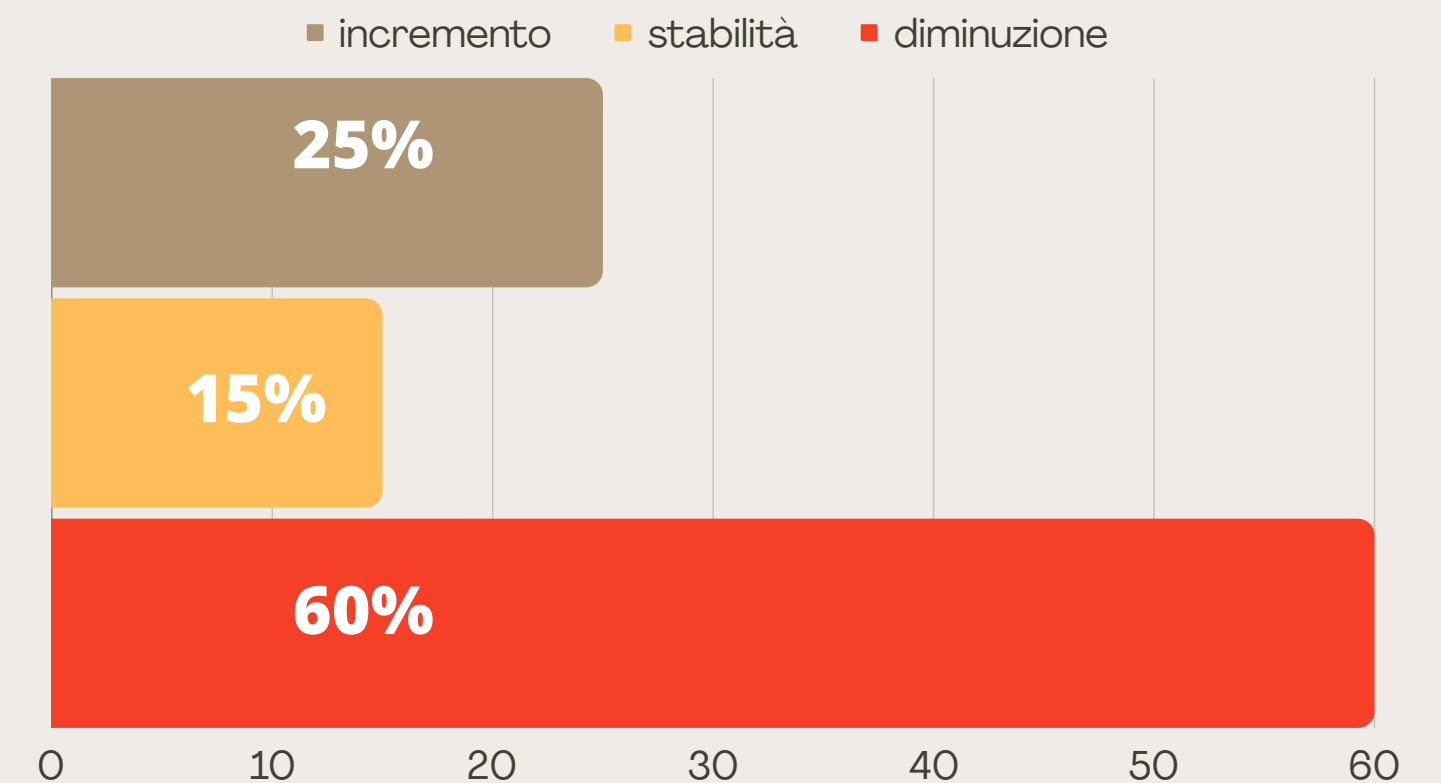
Il 70% delle imprese segnala contrazione (40%) o fase di stallo (30%). Non trascurabile, benché minoritaria, la quota di aziende che comunque segnala un semestre di crescita.



EXPORT

Ancora più marcata questa tendenza se limitiamo l'analisi al mercato export: qui il 60% delle imprese segnala un trend in peggioramento mentre il 15% parla di stabilità.

Si riduce ulteriormente, rispetto al mercato Italia, la quota di chi evidenzia una crescita. Come già rilevato nei report scorsi, il dato sull'estero conferma quello generale relativo al mercato interno.

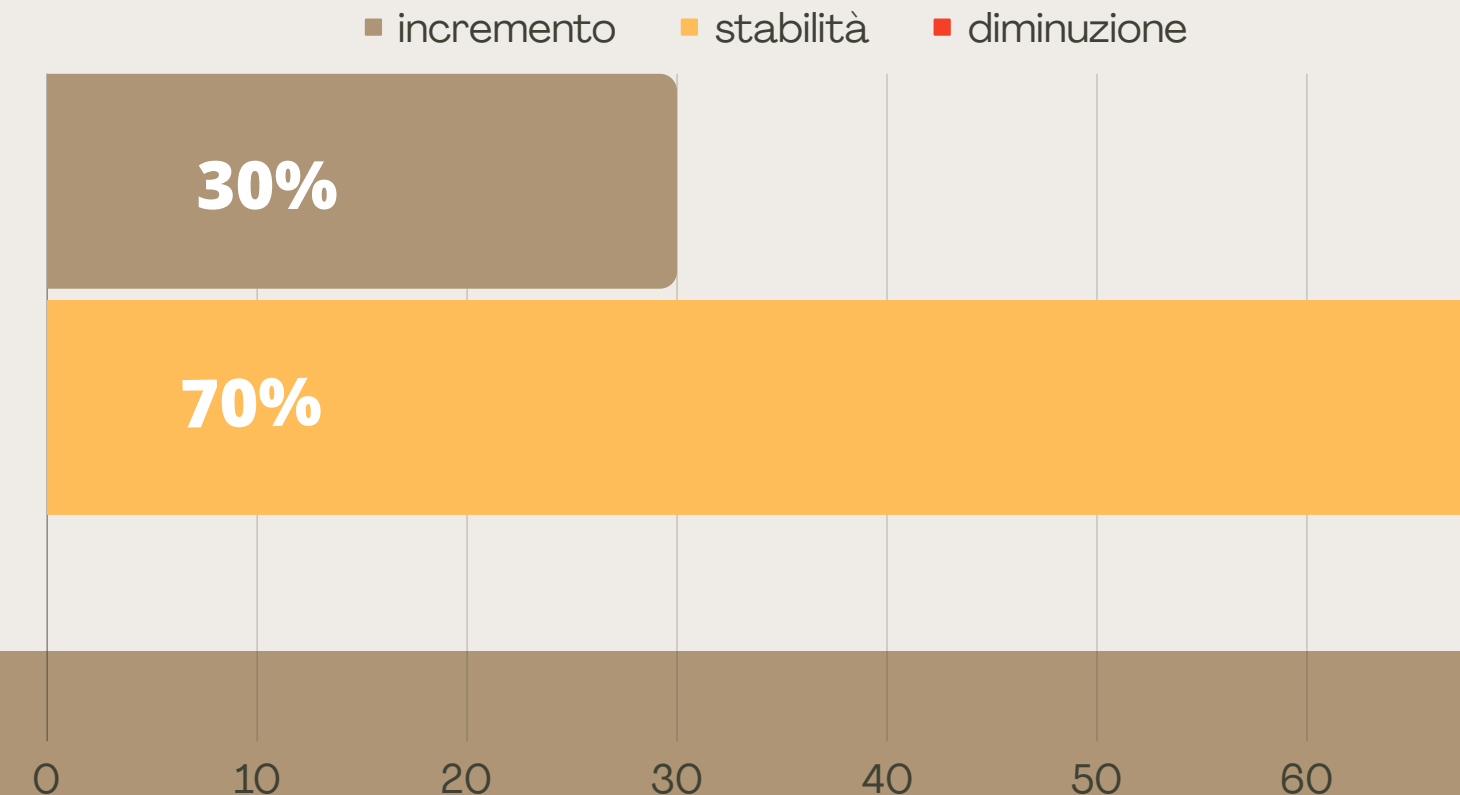


SCENARIO IN FORTE TRASFORMAZIONE

CANALI DI VENDITA – I dati a consuntivo sull'andamento dell'ultimo semestre, se declinati per canale di vendita, segnalano l'estremo interesse del canale **HORECA** che non sembra conoscere alcuna **flessione**.



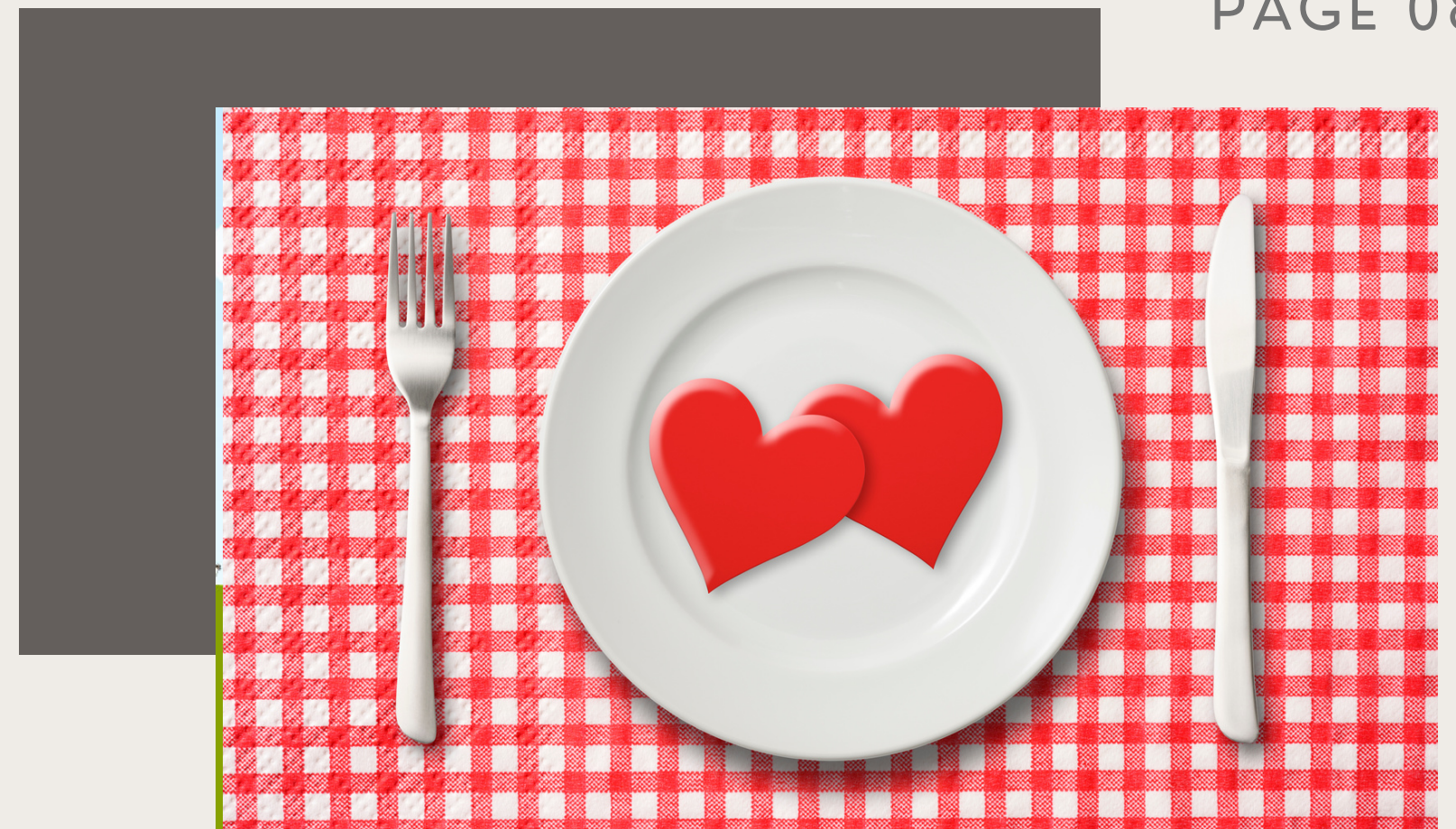
mmpartners



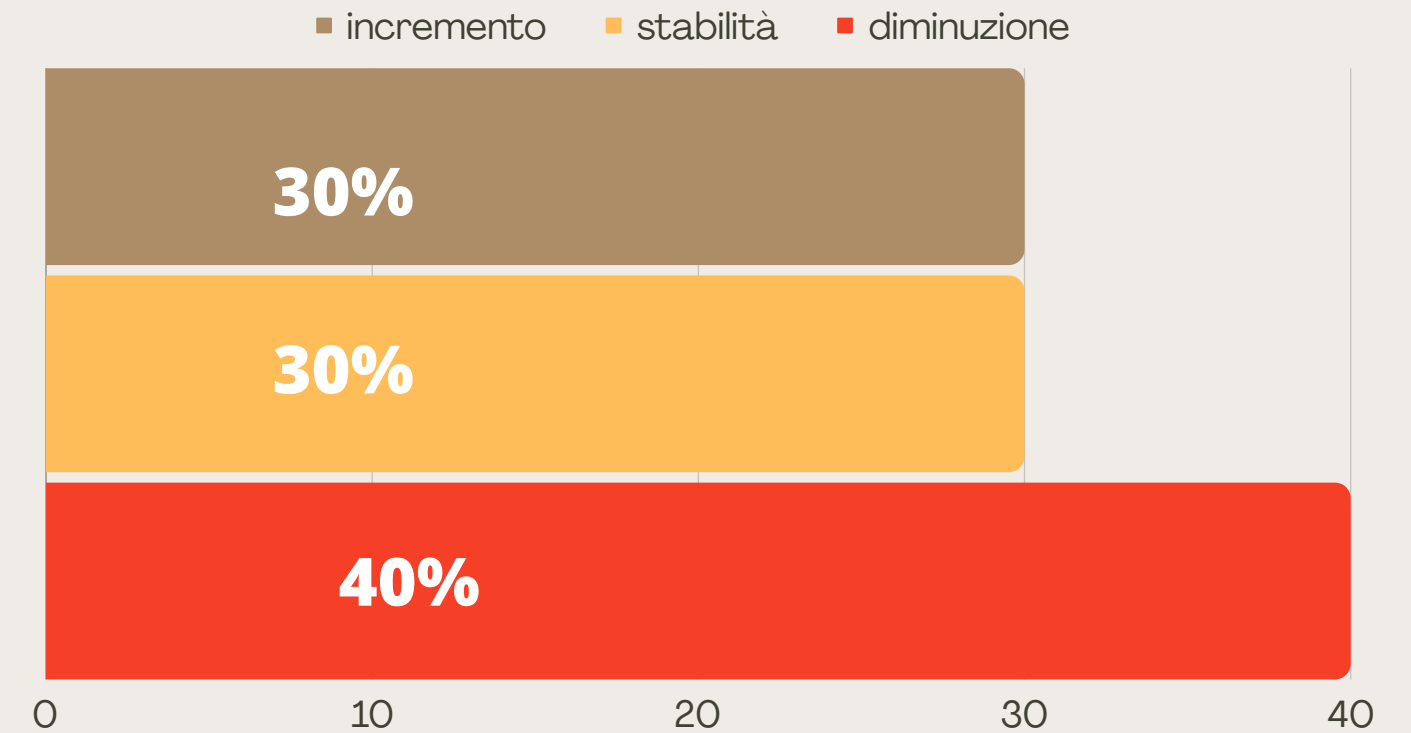
RETAIL

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

CANALI DI VENDITA – I dati a consuntivo sull'andamento dell'ultimo semestre, se declinati per canale di vendita, **confermano le difficoltà del canale Retail** che è segnalato in contrazione per il 40% delle imprese ed è stabile per il 30%.

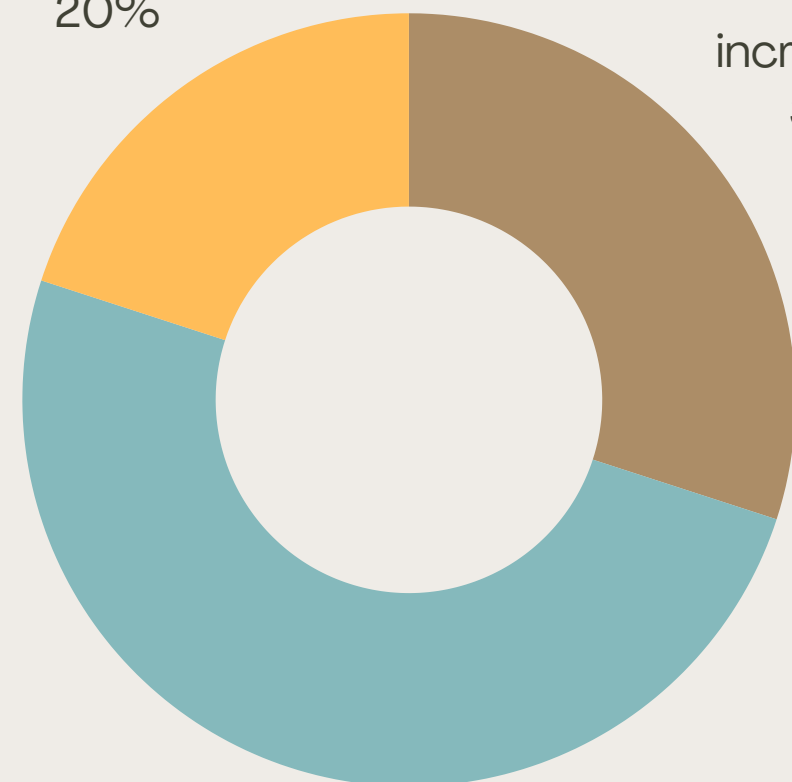


mmpartners



RICOSTRUIRE LA FIDUCIA *

diminuzione
20%



stabilità
50%

incremento
30%



Come si chiuderà il 2024 rispetto al 2023 per il nostro settore?

MERCATO ITALIA –

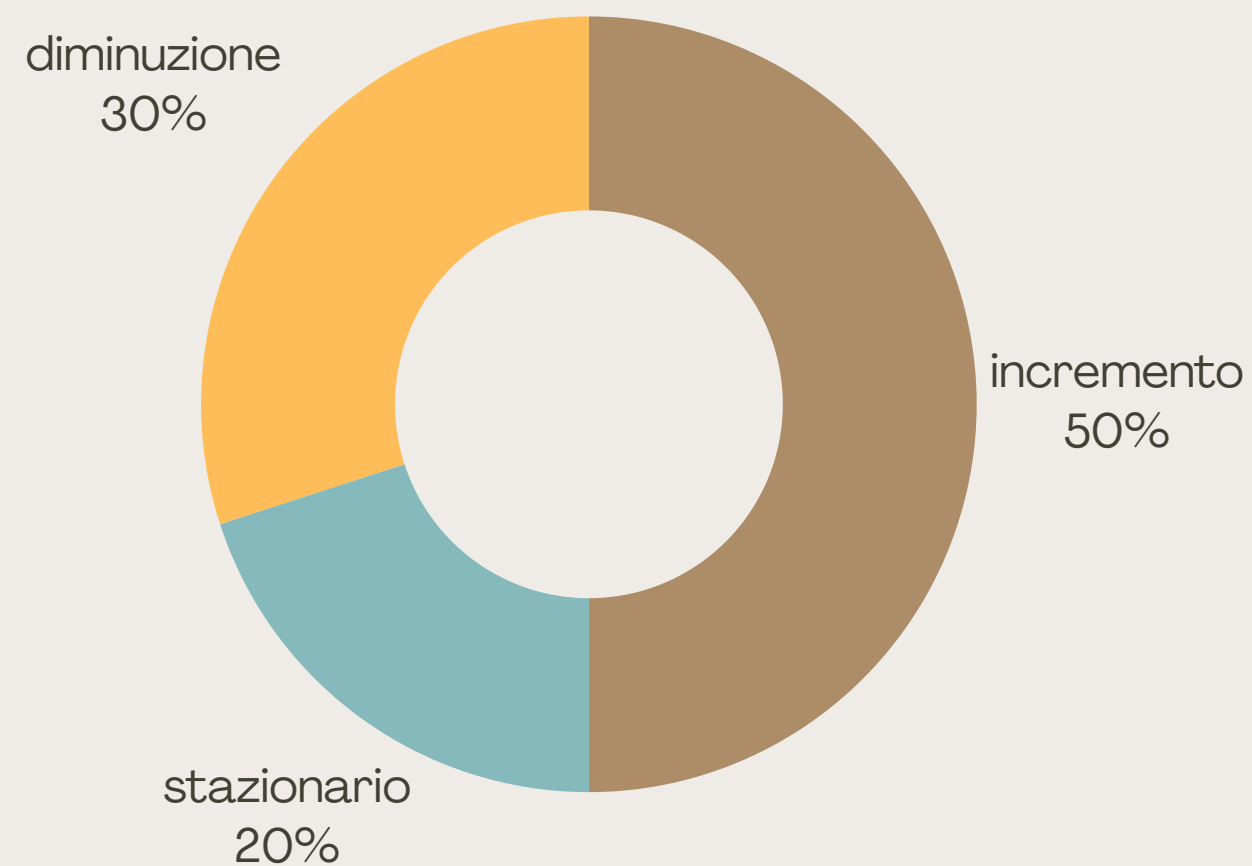
Prevale in misura plebiscitaria un **atteggiamento prudente** secondo il quale il 2024 si stabilizzerà rispetto al 2023 (la voce "Stabilità" si attesta al 50% delle risposte), sostenuto da un 30% di incremento.

*TEMA CHIAVE 54° APPUNTAMENTO WORLD ECONOMIC FORUM DAVOS

EXPORT



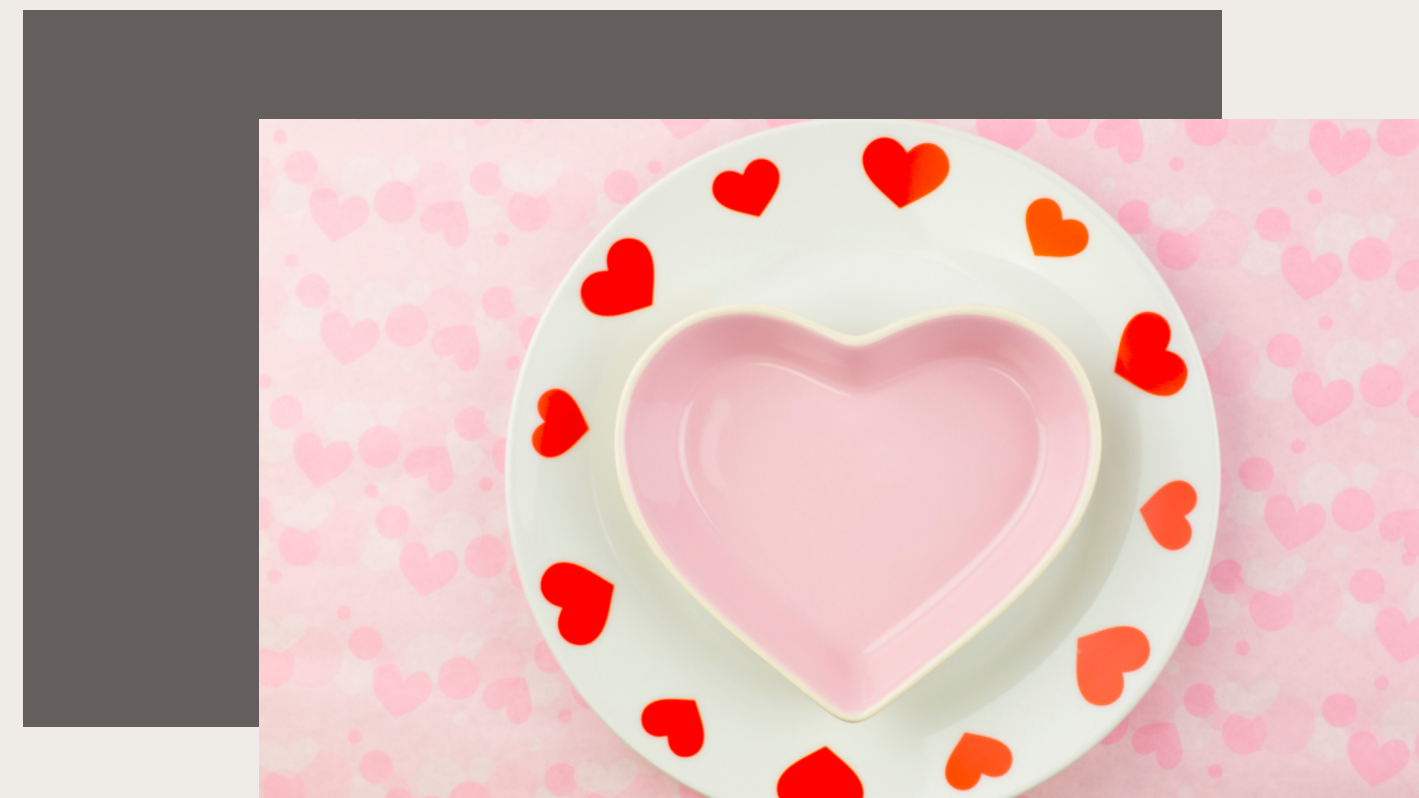
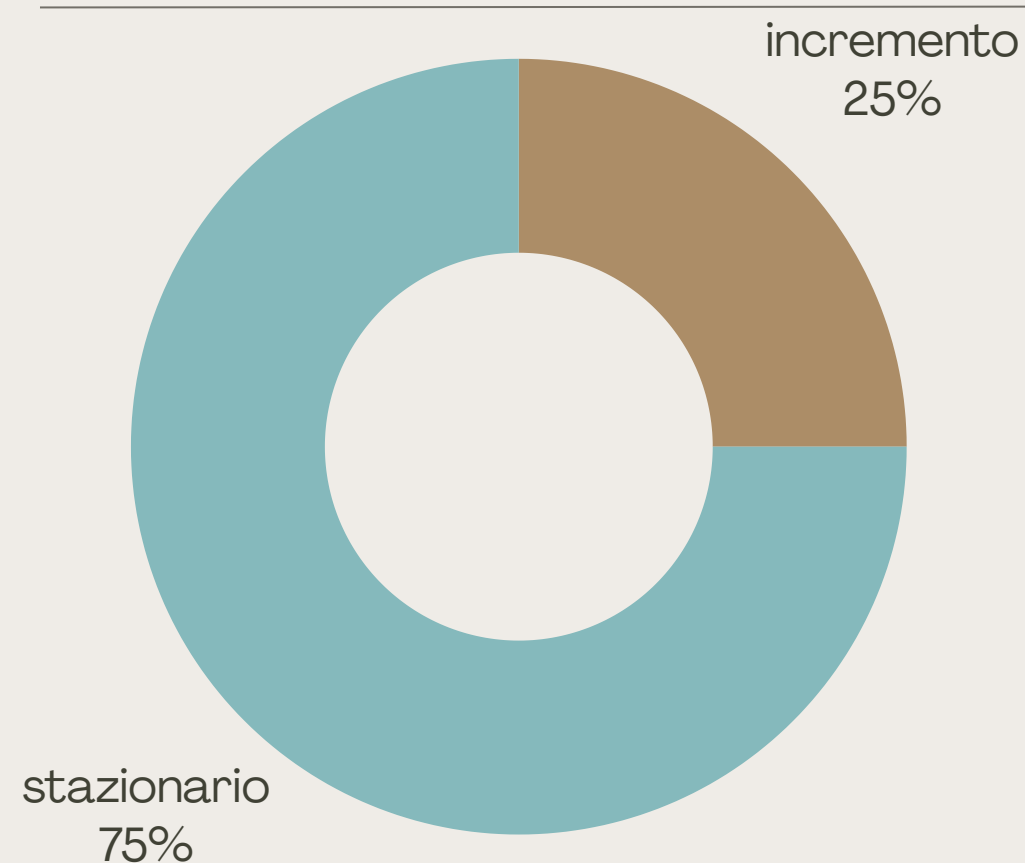
mmcpartners



EXPORT

Dovrebbe andare meglio l'export: la metà delle imprese ipotizza un anno positivo, mentre la restante metà si divide tra pessimisti (30%) e preconizzatori di un mercato stabile (20%)

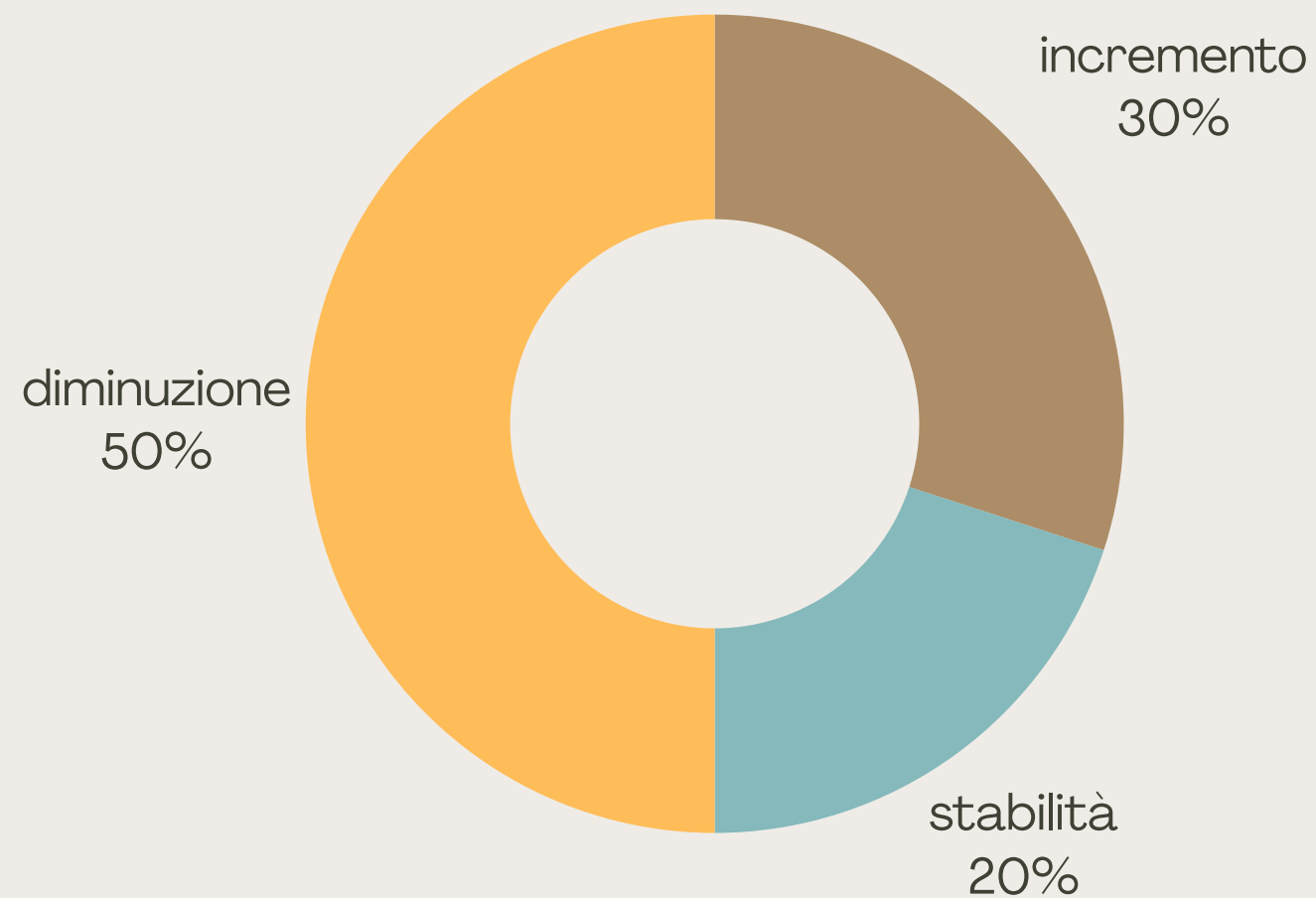
MERCATO N SALUTE



L'HO.RE.CA. si conferma un canale su cui vale la pena puntare: **le previsioni sono nettamente sbilanciate sulla voce "stabilità" (75%) ma resta alta anche la quota di chi prevede una ulteriore crescita.**

Per il secondo trimestre consecutivo nessuno ipotizza che le vendite su questo canale saranno peggiori dello scorso anno.

FLESSIONE DATI A VALORE E A VOLUME



mmcpartners

Canale di vendita RETAIL (Dettaglianti/Dpt Store/GDO etc)

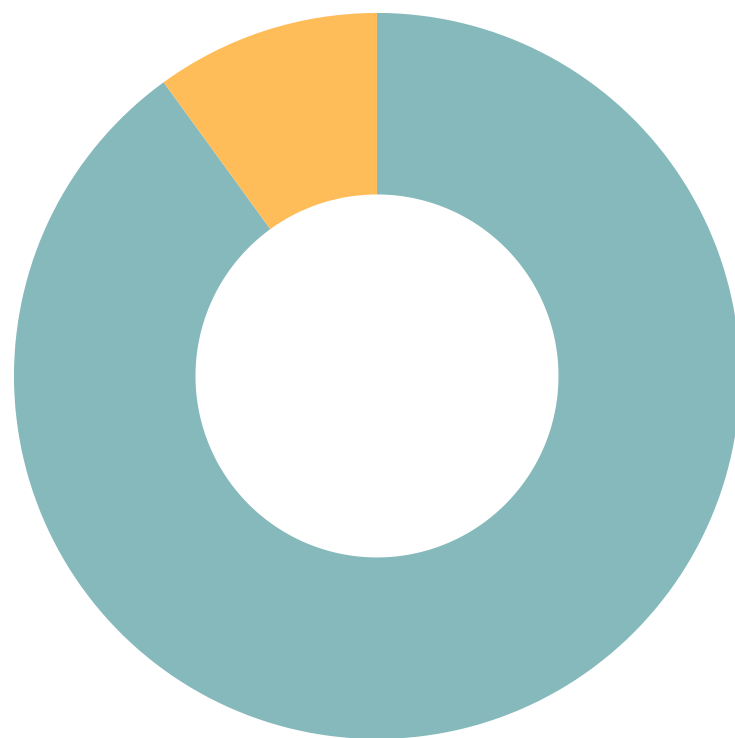
Restano ancora piuttosto **fosche le prospettive del canale Retail** che anche nel 2024 rischia di perdere quota (lo prevede la metà delle imprese), o quanto meno di restare stabile dopo un 2023 negativo (20%).

PRIMAVERA CLIMA TIEPIDO



peggioramento

10%



stabilità

90%

Come detto in premessa, si fronteggiano gravi criticità, soprattutto sul fronte internazionale, a cui fanno da contraltare alcuni indicatori economici positivi per il nostro Paese. Non è facile ipotizzare quale sarà l'esito di questa competizione tra fattori negativi e positivi.

Il Sentiment delle imprese ART è però portato ad enfatizzare una situazione di stallo con il 90% dei rispondenti che prevede una prima parte del 2024 stabile ed il restante 10% che invece ipotizza un ulteriore decremento.

Quel che è certo è che il **primo semestre 2024 sarà quindi un banco di prova delicato e tutt'altro che facile, legato a molte variabili che sfuggono alla possibilità di controllo da parte delle imprese.**