

Il settore della pelletteria italiana nel primo trimestre 2022

Nota congiunturale elaborata dal Centro Studi

CONFINDUSTRIA  MODA

per



Luglio 2022

L'andamento del settore in avvio 2022

Primo trimestre positivo per la pelletteria italiana, con crescite significative nelle principali variabili. L'export (+19,5% in valore e +16,6% nei KG) ha superato i livelli pre-Covid di tre anni addietro: brillano Nord America, Far East ed Emirati Arabi. Sul versante interno, invece, benché prosegua la risalita (+16,9% l'indice Istat delle vendite al dettaglio) il gap resta tuttora da colmare (-14,3% su gennaio-marzo 2019).

Recuperi a doppia cifra anche per fatturato (+19,7% tendenziale nei primi 3 mesi tra le aziende associate, secondo la rilevazione condotta dal Centro Studi di Confindustria Moda) e produzione industriale, favoriti dal raffronto con una prima frazione 2021 ancora sottotono.

Dopo i cali che hanno caratterizzato il biennio precedente, sostanziale stabilità nel numero di imprese (-6 pelletterie attive rispetto a dicembre scorso, secondo i dati camerati) e nei livelli occupazionali (invariati per 7 imprenditori intervistati su 10). Si riduce drasticamente, se confrontato col 2021, il ricorso alla cassa integrazione guadagni (-72% nei primi 5 mesi tra gli operatori della filiera pelle), seppure il numero di ore autorizzate resti più che doppio rispetto al pre-pandemia.

Atteso chiudere in positivo, ma in rallentamento, anche il secondo trimestre: lo scoppio della guerra a fine febbraio ha indotto un crollo delle vendite nell'area (-63% in valore nel complesso i flussi verso Russia e Ucraina nel bimestre marzo-aprile) e contribuito alla diffusione di un clima di maggiore incertezza tra i buyer, mentre caro energia e prezzi delle materie prime rappresentano una seria minaccia nel percorso di recupero imboccato nel 2021 dalle imprese, a cui si aggiungono le incognite sulla diffusione delle varianti del virus.

A inizio 2022 hanno trovato conferma le dinamiche favorevoli che, avviatesi con il rimbalzo del secondo trimestre 2021, avevano caratterizzato lo scorso anno i mesi successivi. Come già registrato nel quarto trimestre, tutte le principali variabili hanno nuovamente evidenziato nei primi 3 mesi recuperi non trascurabili, a due cifre.

La consueta indagine campionaria condotta dal Centro Studi Confindustria Moda tra le aziende associate mostra un incremento medio del **fatturato** pari al +19,7% su gennaio-marzo 2021; 3 pelletterie su 5 hanno indicato una crescita (superiore al +20% per 1/4 degli intervistati), agevolata anche dal raffronto con performance certamente poco esaltanti (la prima frazione 2021 si era chiusa infatti con una flessione nei ricavi).

Sia sul mercato nazionale che in gran parte dei principali mercati esteri la domanda si è consolidata. Ma mentre le vendite estere hanno già superato i livelli pre-crisi, i **consumi interni** sono ancora lontani dal raggiungerli: l'indice Istat delle vendite di pelletteria e calzature del commercio al dettaglio, pur registrando un +16,9% su gennaio-marzo 2021, risulta al di sotto del -14,3% rispetto al primo trimestre 2019, già decisamente poco premiante dopo le erosioni degli anni precedenti. Inferiore alle attese anche lo shopping dei turisti: le analisi della Banca d'Italia hanno evidenziato nel corso del 2021 un aumento del +23% della spesa dei viaggiatori stranieri nel nostro Paese; resta però un gap di ben il -52% sul 2019, difficilmente colmabile in breve tempo, malgrado la conferma di una ripresa degli arrivi e delle presenze straniere anche nei primi 3 mesi 2022 (tuttora però inferiori di circa il -40% sull'analogo periodo 2019).

Passando al versante estero, nei primi 3 mesi l'**export** di beni di pelletteria ha sfiorato i 2,7 miliardi di euro, per 16,7 milioni di KG, con incrementi rispettivamente del +19,5% e del +16,6% sullo stesso periodo 2021 (prezzi medi al KG in aumento del +2,5%). Cifre non trascurabili, sebbene la brevità del periodo esaminato e le diverse "velocità" (che la media nasconde) che spesso distinguono le aziende che lavorano conto terzi per le griffe da quelle con marchio proprio ne consiglino una lettura prudente. Tali risultati, come anticipato, hanno permesso di superare i livelli di gennaio-marzo 2019 (+5,2% in valore e +3,6% in KG rispetto ad allora).

Andamenti positivi, con crescite in valore quasi sempre a doppia cifra, hanno interessato tutte le principali destinazioni, con l'eccezione della Svizzera (-6,5%, accompagnato da un recupero moderato, nell'ordine del +7%, in volume), tradizionale hub logistico-distributivo delle griffe; un dato fuorviante, influenzato verosimilmente da differenti modalità distributive messe in essere dalle stesse, quali spedizioni dirette nei mercati finali, piuttosto che derivante da reali contrazioni nella domanda. Avvalora questa ipotesi il trend decisamente confortante della Francia – seconda destinazione e anch'essa legata ai flussi di rientro delle forniture per le multinazionali del lusso – cresciuta del +15% in valore sullo scorso anno (e con incrementi del +44% sul primo trimestre 2019).

Si segnalano, tra le aree con le dinamiche maggiormente incoraggianti, il Nord America (con un +77% in valore negli USA – dopo lo scampato pericolo dell'imposizione di dazi aggiuntivi del 25% sull'import di prodotti moda quale ritorsione per la digital tax – e un +58,4% per il Canada sui primi 3 mesi 2021), il Far East (+30% in totale, trainato da Corea del Sud +49%, Cina e Giappone +25%, Taiwan +49%) e gli Emirati Arabi (+111%).

Per quanto concerne la Cina, l'evoluzione delle vendite nei dati dei mesi successivi potrebbe risentire degli effetti negativi dei lockdown messi in atto nelle ultime settimane in diverse importanti città della nazione per arginare i focolai della nuova ondata pandemica.

Tra i membri dell'Unione Europea (+16,3% in valore nell'insieme) si segnalano per vivacità, oltre alla sopracitata Francia, la Germania (+24,7% con un +17,4% nei KG, da sempre ai primissimi posti per volumi) e la Spagna (+29%).

Restando in Europa, ma fuori dalla UE27, si registra la ripartenza del Regno Unito, dopo il crollo post-Brexit, con recuperi sostenuti (nell'ordine del +50%, ma sempre assolutamente parziali) sia in valore che nei KG; mentre la Russia, dopo un avvio d'anno favorevole, ha ovviamente risentito dello scoppio del conflitto con l'Ucraina, scendendo al 14° posto tra i principali mercati esteri di sbocco del comparto. Il +42% in valore del primo bimestre ha subito una brusca interruzione a marzo (-67% in valore sullo stesso mese 2021) e ad aprile (-50% secondo le anticipazioni fornite da Eurostat). Risultati ancor più penalizzanti per l'Ucraina (che però, già a consuntivo 2021, occupava il 40° posto nella graduatoria dei principali paesi clienti): in calo sin da febbraio (-25,4% in valore), nel bimestre marzo-aprile ha visto ridurre i flussi in arrivo dall'Italia di ben il -93%, a causa della guerra.

Dal punto di vista merceologico, bene le esportazioni sia dei prodotti in pelle (+20,1% in valore sullo scorso anno), che di quelli in succedaneo (+18,3%).

Ma mentre questi ultimi hanno già superato i livelli 2019 (in valore come pure nei KG), per gli articoli realizzati in pelle, caratteristici della manifattura Made in Italy, il raffronto col 2019 è ancora negativo (-5,9% in valore e -2,9% in volume rispettivamente).

Quanto alle tipologie, le tre principali voci – vale a dire le borse (che coprono oltre il 67% delle vendite estero in valore), la piccola pelletteria (portafogli, borsellini, portachiavi e oggetti da tasca o borsetta) e le cinture presentano, come già a consuntivo 2021, incrementi superiori al +20% in valore sui primi 3 mesi dello scorso anno.

Balzo anche per l'**import**, che nel primo trimestre ha registrato un +38,2% in valore e un +58,4% in volume su gennaio-marzo 2021, trainato dalla Cina (+85% in valore e +64% nei KG, primo fornitore con un'incidenza prossima al 55% sul totale volume). I prodotti in pelle coprono una quota marginale delle quantità in ingresso (11% dei KG importati).

Il **saldo commerciale** settoriale risulta in attivo per 1,8 miliardi di euro (+11,9% sul primo trimestre 2021); superiore, seppur di poco, anche a confronto coi primi 3 mesi 2019 (+0,9%).

In linea con quanto emerso per le altre variabili, l'indice Istat della **produzione industriale**, disponibile già con riferimento ai primi 5 mesi dell'anno, segna per la voce "Articoli da viaggio e di pelletteria" un +14,6% sullo stesso periodo del 2021; i livelli pre-pandemia dell'indice restano comunque lontani (-11,6% il divario attuale su gennaio-maggio 2019).

Il quadro descritto – sicuramente meno sfavorevole rispetto ai mesi di ridotta attività durante l'emergenza sanitaria – ha portato ad un allentamento in avvio 2022 delle tensioni occupazionali e a una minor mortalità aziendale: le cifre di Infocamere inerenti la **demografia delle imprese** registrano a fine marzo un saldo negativo nel numero di realtà attive di sole 6 unità, tra industria e artigianato, rispetto a fine dicembre 2021. Il dato complessivo è il risultato di andamenti contrastanti tra le regioni: la disaggregazione territoriale presenta infatti 12 pelletterie in meno nelle Marche, 3 in Veneto e 2 in Emilia Romagna; parziali recuperi in Toscana (+10) e Lombardia (+1), due tra le regioni maggiormente colpite nel corso del 2021; invarianza in Campania e Abruzzo, come pure nell'insieme delle rimanenti. La Toscana si conferma di gran lunga la prima regione per numero di imprese pellettieri (con una quota pari al 48,5% del totale nazionale) e di addetti.

Relativamente alla **forza lavoro**, nella rilevazione condotta ad aprile da Confindustria Moda è stata chiesta agli imprenditori una previsione a fine giugno circa il numero di dipendenti: il 71% ha indicato una sostanziale stabilità del proprio organico rispetto al dicembre scorso, a fronte di un 17% del campione che ha prospettato invece una contrazione; 12% le attese di aumento.

Nel corso della stessa indagine è emerso come abbia fatto **ricorso alla CIG** (o ad altri ammortizzatori) nei primi 3 mesi del 2022 il 22% circa dei rispondenti (erano il 61% del panel nel quarto trimestre 2021). Un dato in linea con il crollo delle ore di CIG autorizzate da INPS nei primi 5 mesi del 2022 per le aziende della filiera pelle (pelletterie, concerie e calzaturifici), scese a 7,1 milioni, con un decremento del -71,7% su gennaio-maggio 2021. Nonostante la marcata contrazione, le ore concesse restano su livelli elevati: più che doppi (+121%) rispetto ai 3,2 milioni dell'analogo periodo 2019 pre-Covid.

In caduta la CIG ordinaria (-74,5% sul 2021), mentre cresce globalmente quella straordinaria (+19%). Flessioni simili hanno interessato sia gli operai (-71%) che gli impiegati (-74%).

Tra le regioni, nel confronto con lo scorso anno tutte evidenziano forti riduzioni nel ricorso agli strumenti di integrazione salariale (con l'eccezione del Piemonte, +42,5%). Le Marche sono al primo posto per ore autorizzate (1,8 milioni, 1/4 del totale Italia, seppur in calo del -54,5%), davanti alla Campania (1,6 milioni, -71%). La Toscana è quarta con 979mila ore, -84,4%.

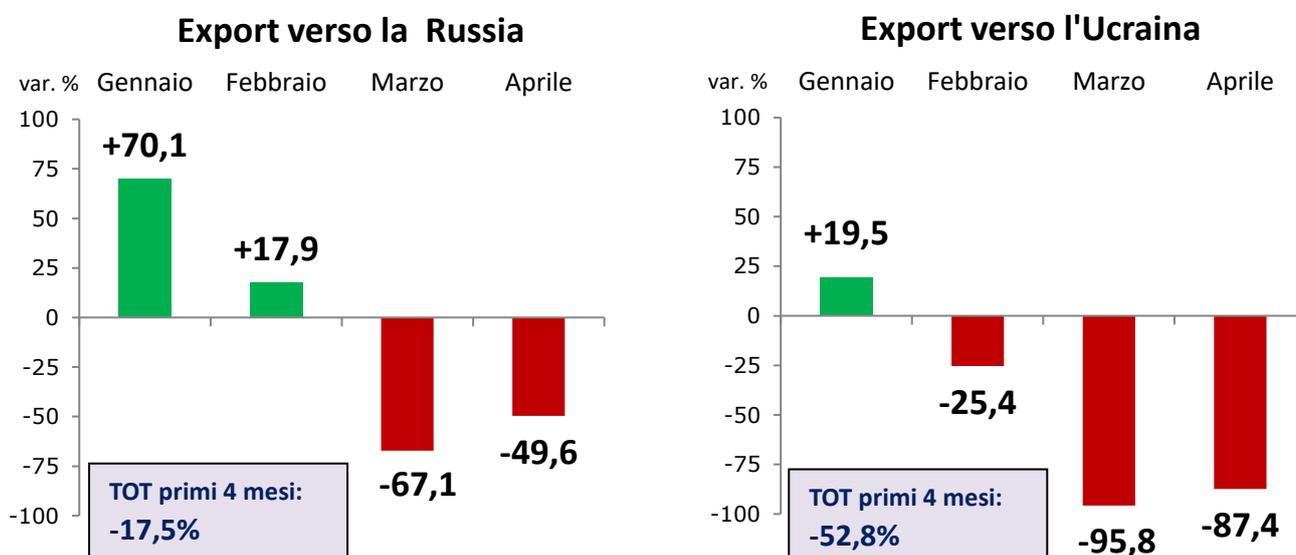
Per quanto riguarda l'**evoluzione a breve** del settore, le risposte degli imprenditori intervistati ad aprile scorso – sebbene nel complesso ancora positivamente intonate – appaiono piuttosto concordi nel prevedere una decelerazione a partire dal secondo trimestre. Se il 59% degli operatori indicava stabilità nella congiuntura della seconda frazione dell'anno rispetto alla prima, 1/3 del campione si aspettava un peggioramento (a fronte di un modesto 8% di valutazioni ottimistiche).

Benché sia la raccolta ordini (+14,4% in valore nei primi 3 mesi) che le attese per il fatturato nel secondo trimestre (+13,8% in media tra le aziende del panel) abbiano confermato il trend favorevole, la quota di imprese in crescita appare ridursi. Il primo semestre 2022 è stimato essersi chiuso – alla luce di questa previsione e con riferimento alle aziende del campione raggiunte dalla rilevazione – con un +16,7% su gennaio-giugno 2021. Un risultato certamente confortante, ma va considerato che la pelletteria è stata uno dei settori manifatturieri più colpiti durante il Covid e che, per questo, il divario col primo semestre 2019 risulta tutt'altro che appianato (superiore al -10% per l'insieme degli Associati che compongono il panel).

Diversi e potenzialmente molto impattanti sono gli ostacoli che le imprese sono chiamate ad affrontare nell'attuale scenario. Oltre agli effetti del conflitto russo-ucraino che dura ormai da cinque mesi – sia diretti (con la battuta d'arresto delle vendite sui due mercati) che indiretti (con un possibile rallentamento generalizzato della domanda causato dal maggior clima di incertezza) – restano sempre di forte attualità i temi dei rincari nei prezzi delle materie prime (che dopo i considerevoli rialzi nel corso del 2021 ancora non danno segni di attenuazione) e dell'impennata dei costi energetici (che per il 67% dei rispondenti impatta ha già ora in misura elevata o mediamente elevata sui processi produttivi dell'azienda).

13 luglio 2022

Esportazioni italiane di pelletteria verso la Russia e l'Ucraina nel 2022 per mese, in valore (var.% su analogo mese 2021)



Fonte: Elaborazioni Centro Studi Confindustria Moda su dati ISTAT; aprile: anticipazione tratta da EUROSTAT



ASSOPELLETTIERI

aderente a

CONFINDUSTRIA MODA

INTERSCAMBIO COMMERCIALE ITALIANO PELLETTERIA PRIMI 3 MESI 2022

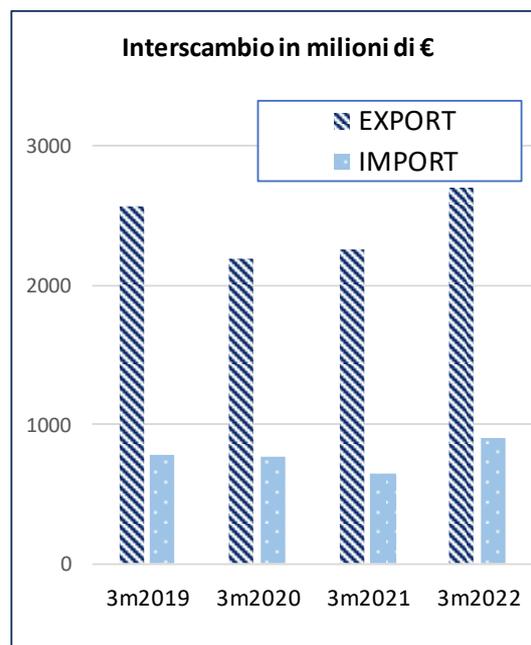
raffronto con l'analogo periodo del biennio precedente
e coi livelli pre-pandemia di gennaio-marzo 2019

| EXPORT | Valore (Milioni di €) | Quantità (Milioni di KG) | Prezzo Medio €/KG |
|-----------------------------|--------------------------|-----------------------------|----------------------|
| Primo trimestre 2019 | 2.561,74 | 16,1 | 159,37 |
| Primo trimestre 2020 | 2.190,87 | 15,3 | 143,54 |
| Primo trimestre 2021 | 2.253,78 | 14,3 | 157,85 |
| Primo trimestre 2022 | 2.693,92 | 16,7 | 161,77 |
| <i>var % 2022 su 2021</i> | 19,5% | 16,6% | 2,5% |
| <i>var % 2022 su 2019</i> | 5,2% | 3,6% | 1,5% |

| IMPORT | Valore (Milioni di €) | Quantità (Milioni di KG) | Prezzo Medio €/KG |
|-----------------------------|--------------------------|-----------------------------|----------------------|
| Primo trimestre 2019 | 783,23 | 36,4 | 21,53 |
| Primo trimestre 2020 | 763,80 | 36,2 | 21,07 |
| Primo trimestre 2021 | 650,34 | 25,8 | 25,23 |
| Primo trimestre 2022 | 898,92 | 40,8 | 22,01 |
| <i>var % 2022 su 2021</i> | 38,2% | 58,4% | -12,8% |
| <i>var % 2022 su 2019</i> | 14,8% | 12,3% | 2,2% |

SALDO COMMERCIALE

| | Valore (Milioni di €) |
|-----------------------------|--------------------------|
| Primo trimestre 2019 | 1.778,52 |
| Primo trimestre 2020 | 1.427,07 |
| Primo trimestre 2021 | 1.603,44 |
| Primo trimestre 2022 | 1.795,00 |
| <i>var % 2022 su 2021</i> | 11,9% |
| <i>var % 2022 su 2019</i> | 0,9% |





ASSOPELLETTIERI

aderente a

CONFINDUSTRIA MODA

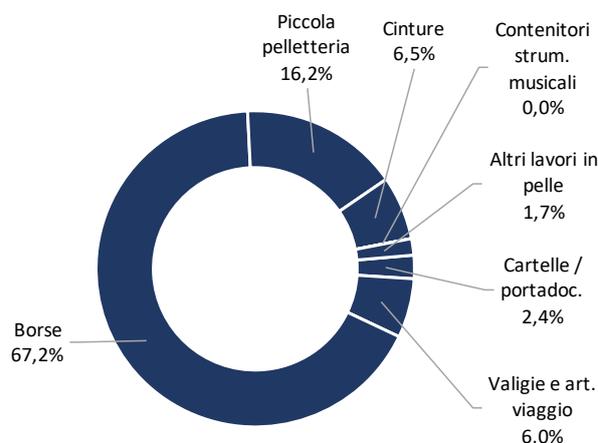
Esportazioni per gruppi di prodotto e materiali d'uso

Periodo: Gennaio-Marzo

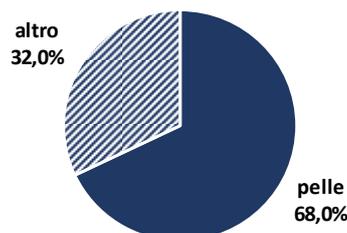
Valori in euro (milioni)

| PRODOTTI | TOTALE | | | | IN PELLE | | | | IN SUCCEDANEO | | | |
|---------------------------------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|----------------|----------------|
| | 3m2021 | 3m2022 | Var % 22/21 | Var % 22/19 | 3m2021 | 3m2022 | Var % 22/21 | Var % 22/19 | 3m2021 | 3m2022 | Var % 22/21 | Var % 22/19 |
| Cartelle sottobracci e portadocumenti | 70,59 | 64,57 | -8,5% | -9,4% | 36,12 | 29,26 | -19,0% | -11,9% | 34,48 | 35,30 | 2,4% | -7,2% |
| Valigie e articoli da viaggio | 149,15 | 162,97 | 9,3% | 1,4% | 61,11 | 49,57 | -18,9% | -16,6% | 88,04 | 113,39 | 28,8% | 11,9% |
| Borse | 1.483,04 | 1.809,57 | 22,0% | 14,8% | 984,60 | 1.233,13 | 25,2% | 1,2% | 498,44 | 576,44 | 15,6% | 60,9% |
| Piccola pelletteria | 358,17 | 435,54 | 21,6% | -9,6% | 249,80 | 297,85 | 19,2% | -18,3% | 108,36 | 137,69 | 27,1% | 17,0% |
| Cinture | 146,32 | 175,75 | 20,1% | -13,7% | 146,32 | 175,75 | 20,1% | -13,7% | - | - | - | - |
| Contenitori per strumenti musicali | 0,35 | 0,32 | -9,7% | 1,0% | - | - | - | - | 0,35 | 0,32 | -9,7% | 1,0% |
| Altri lavori in pelle | 46,16 | 45,21 | -2,0% | -32,8% | 46,16 | 45,21 | -2,0% | -32,8% | - | - | - | - |
| TOTALE EXPORT | 2.253,78 | 2.693,92 | 19,5% | 5,2% | 1.524,11 | 1.830,77 | 20,1% | -5,9% | 729,67 | 863,15 | 18,3% | 40,2% |

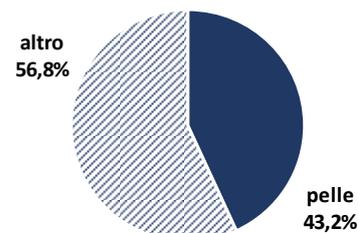
Fonte: Centro Studi Confindustria Moda su dati ISTAT

Export: incidenza prodotti sul totale valore
Primi 3 mesi 2022

Valore (quote 3m2022)



KG (quote 3m2022)



Quantità in kg (000)

| PRODOTTI | TOTALE | | | | IN PELLE | | | | IN SUCCEDANEO | | | |
|---------------------------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|--------------|--------------|----------------|----------------|---------------|--------------|----------------|----------------|
| | 3m2021 | 3m2022 | Var % 22/21 | Var % 22/19 | 3m2021 | 3m2022 | Var % 22/21 | Var % 22/19 | 3m2021 | 3m2022 | Var % 22/21 | Var % 22/19 |
| Cartelle sottobracci e portadocumenti | 2.463 | 2.645 | 7,4% | -1,2% | 207 | 199 | -3,6% | -1,5% | 2.257 | 2.446 | 8,4% | -1,2% |
| Valigie e articoli da viaggio | 1.592 | 1.738 | 9,2% | 12,2% | 372 | 248 | -33,3% | -30,2% | 1.220 | 1.489 | 22,1% | 24,9% |
| Borse | 6.347 | 7.628 | 20,2% | 6,1% | 3.093 | 3.989 | 29,0% | -2,4% | 3.254 | 3.639 | 11,8% | 17,2% |
| Piccola pelletteria | 2.618 | 2.705 | 3,3% | -7,0% | 786 | 822 | 4,6% | -19,3% | 1.831 | 1.883 | 2,8% | -0,3% |
| Cinture | 746 | 1.247 | 67,1% | 22,0% | 746 | 1.247 | 67,1% | 22,0% | - | - | - | - |
| Contenitori per strumenti musicali | 10 | 9 | -15,5% | -30,9% | - | - | - | - | 10 | 9 | -15,5% | -30,9% |
| Altri lavori in pelle | 502 | 682 | 35,9% | -4,8% | 502 | 682 | 35,9% | -4,8% | - | - | - | - |
| TOTALE EXPORT | 14.278 | 16.653 | 16,6% | 3,6% | 5.706 | 7.187 | 26,0% | -2,9% | 8.572 | 9.466 | 10,4% | 9,1% |

Fonte: Centro Studi Confindustria Moda su dati ISTAT



ASSOPELLETTIERI

aderente a

CONFINDUSTRIA MODA

Esportazioni nei principali paesi clienti

Periodo: Gennaio-Marzo

Ranking top 25 per valore

| PAESI di destinazione | Valori in euro (milioni) | | | | | Quantità in kg (000) | | | | |
|--------------------------|--------------------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|----------------------|---------------|-----------------|----------------|----------------|
| | 3m2021 | 3m2022 | Quota 2022 % | Var % 22/21 | Var % 22/19 | 3m2021 | 3m2022 | Quota 2022 % | Var % 22/21 | Var % 22/19 |
| 1 Svizzera | 689,97 | 645,46 | 24,0 | -6,5% | -32,5% | 1.509 | 1.613 | 9,7 | 6,9% | -22,9% |
| 2 Francia | 290,56 | 333,27 | 12,4 | 14,7% | 43,8% | 2.280 | 2.738 | 16,4 | 20,1% | 60,2% |
| 3 Corea del Sud | 176,78 | 263,82 | 9,8 | 49,2% | 87,5% | 380 | 462 | 2,8 | 21,7% | 18,9% |
| 4 USA | 137,09 | 242,11 | 9,0 | 76,6% | 50,9% | 968 | 1.209 | 7,3 | 24,9% | -1,4% |
| 5 Cina | 157,52 | 196,48 | 7,3 | 24,7% | 72,9% | 383 | 386 | 2,3 | 0,8% | 12,4% |
| 6 Giappone | 139,34 | 174,76 | 6,5 | 25,4% | 33,2% | 472 | 500 | 3,0 | 6,1% | -7,2% |
| 7 Germania | 119,34 | 148,83 | 5,5 | 24,7% | 30,7% | 2.320 | 2.724 | 16,4 | 17,4% | 16,3% |
| 8 Hong Kong | 97,16 | 93,59 | 3,5 | -3,7% | -37,1% | 271 | 218 | 1,3 | -19,6% | -48,7% |
| 9 Regno Unito | 52,80 | 77,60 | 2,9 | 47,0% | -34,5% | 324 | 489 | 2,9 | 51,0% | -55,0% |
| 10 Spagna | 35,79 | 46,13 | 1,7 | 28,9% | 0,0% | 695 | 786 | 4,7 | 13,0% | -8,0% |
| 11 Emirati Arabi U. | 17,63 | 37,28 | 1,4 | 111,4% | 88,0% | 77 | 132 | 0,8 | 71,7% | 21,9% |
| 12 Taiwan | 19,69 | 29,32 | 1,1 | 48,9% | 119,4% | 46 | 51 | 0,3 | 11,9% | 12,9% |
| 13 Canada | 16,68 | 26,42 | 1,0 | 58,4% | 90,2% | 62 | 95 | 0,6 | 52,8% | 22,2% |
| 14 Russia | 28,72 | 26,33 | 1,0 | -8,3% | 6,1% | 280 | 190 | 1,1 | -32,2% | -11,4% |
| 15 Paesi Bassi | 27,66 | 25,61 | 1,0 | -7,4% | -36,9% | 493 | 687 | 4,1 | 39,5% | 39,7% |
| 16 Polonia | 28,03 | 24,96 | 0,9 | -11,0% | 86,3% | 529 | 464 | 2,8 | -12,3% | 33,7% |
| 17 Macao | 15,41 | 19,63 | 0,7 | 27,4% | 16,4% | 18 | 18 | 0,1 | -1,0% | -5,8% |
| 18 Singapore | 9,42 | 16,60 | 0,6 | 76,2% | -9,9% | 34 | 33 | 0,2 | -2,4% | -34,6% |
| 19 Australia | 12,21 | 16,00 | 0,6 | 31,1% | 20,6% | 50 | 49 | 0,3 | -2,2% | -18,7% |
| 20 Belgio | 15,08 | 14,85 | 0,6 | -1,6% | 21,5% | 279 | 268 | 1,6 | -4,2% | 12,3% |
| 21 Thailandia | 8,20 | 14,11 | 0,5 | 72,1% | 35,8% | 22 | 26 | 0,2 | 21,0% | -12,2% |
| 22 Austria | 12,96 | 13,95 | 0,5 | 7,6% | -28,6% | 265 | 240 | 1,4 | -9,5% | -21,9% |
| 23 Qatar | 5,03 | 12,48 | 0,5 | 148,2% | 198,5% | 17 | 20 | 0,1 | 12,6% | 37,2% |
| 24 Turchia | 6,36 | 12,08 | 0,4 | 90,0% | 84,5% | 83 | 83 | 0,5 | 0,9% | 48,4% |
| 25 Grecia | 8,19 | 11,68 | 0,4 | 42,7% | 15,8% | 184 | 279 | 1,7 | 51,5% | 6,2% |
| ... | | | | | | | | | | |
| TOT. EXPORT | 2.253,78 | 2.693,92 | 100,0 | 19,5% | 5,2% | 14.278 | 16.653 | 100,0 | 16,6% | 3,6% |

di cui:

| | | | | | | | | | | |
|----------------------|----------|----------|------|-------|-------|-------|--------|------|-------|--------|
| vs UE27 | 605,84 | 704,86 | 26,2 | 16,3% | 22,1% | 8.476 | 10.200 | 61,2 | 20,3% | 20,4% |
| vs EXTRA-UE27 | 1.647,94 | 1.989,06 | 73,8 | 20,7% | 0,2% | 5.802 | 6.453 | 38,8 | 11,2% | -15,1% |

Fonte: Centro Studi Confindustria Moda su dati ISTAT



ASSOPELLETTIERI

aderente a

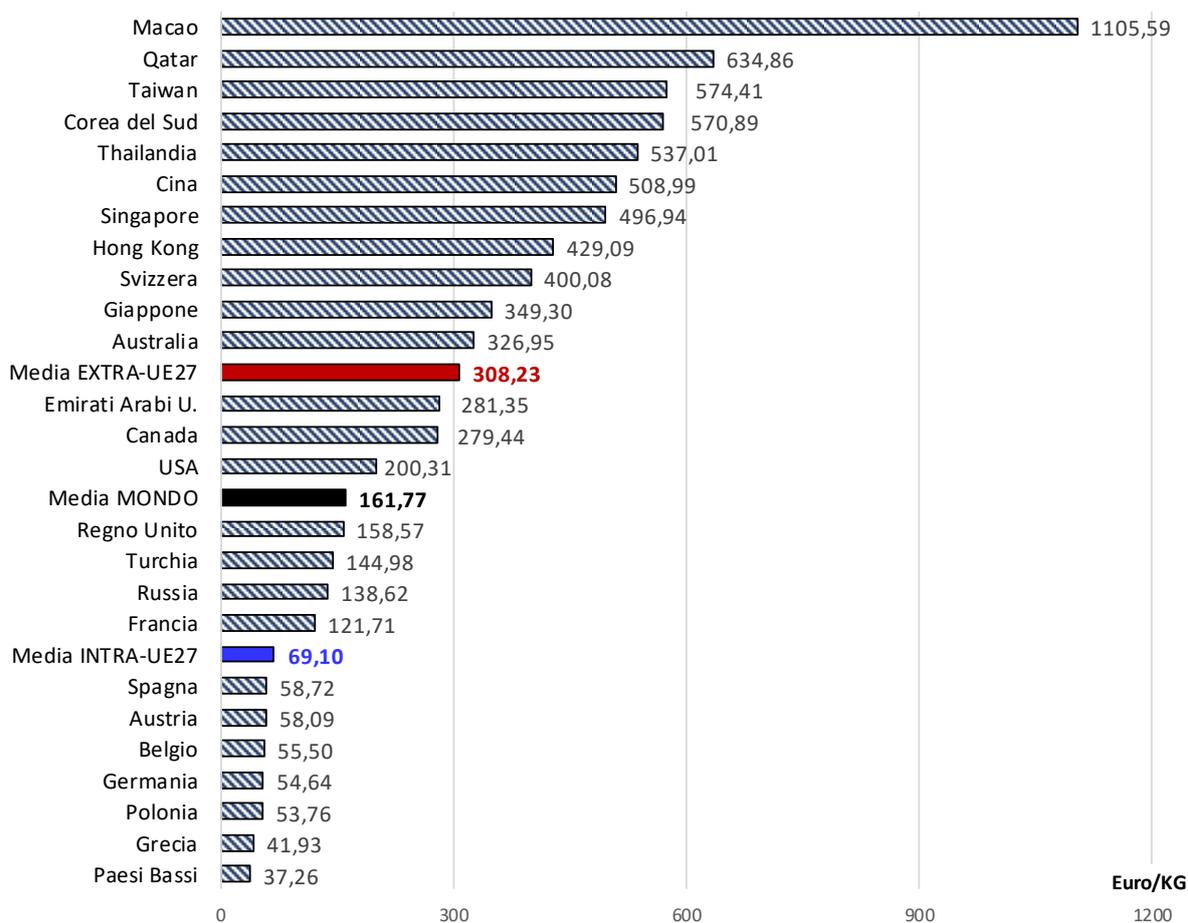
CONFINDUSTRIA  MODA

EXPORT

Analisi prezzi medi al KG dei principali Paesi di destinazione

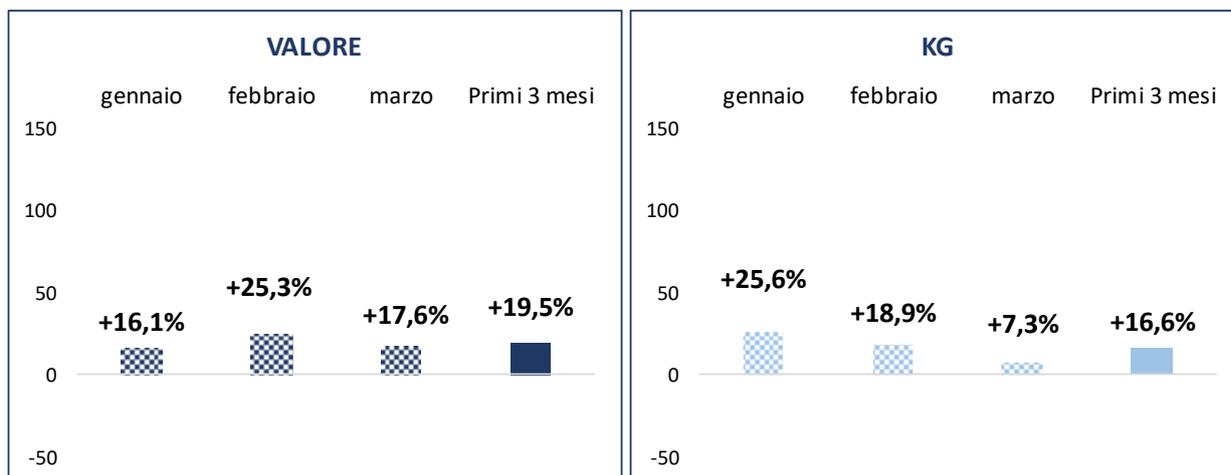
Periodo: PRIMO TRIMESTRE 2022

Prezzi medi al KG_Primi 25 mercati dell'Export valore Pelletteria, Primi 3 mesi 2022



Andamento Export 2022 per mese

(var.% su analoghi mesi 2021)





ASSOPELLETTIERI

aderente a

CONFINDUSTRIA MODA

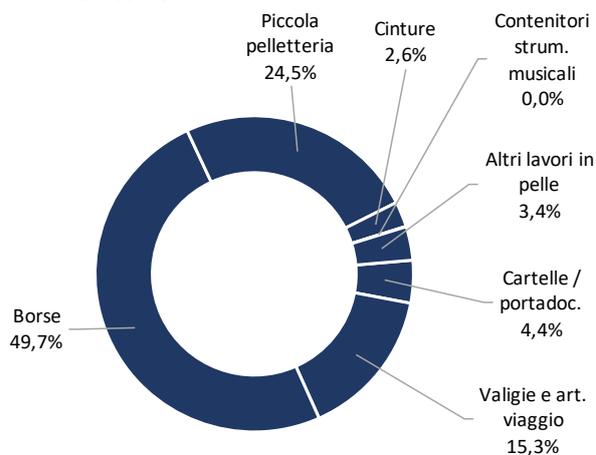
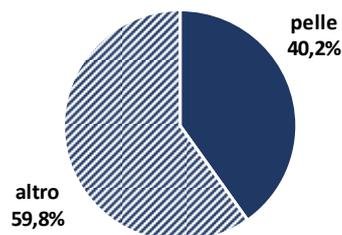
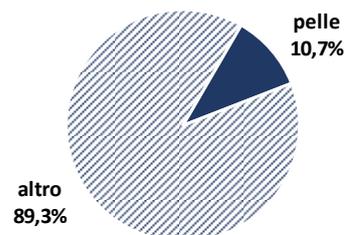
Importazioni per gruppi di prodotto e materiali d'uso

Periodo: Gennaio-Marzo

Valori in euro (milioni)

| PRODOTTI | TOTALE | | | | IN PELLE | | | | IN SUCCEDANEO | | | |
|---------------------------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|---------------|----------------|----------------|
| | 3m2021 | 3m2022 | Var % 22/21 | Var % 22/19 | 3m2021 | 3m2022 | Var % 22/21 | Var % 22/19 | 3m2021 | 3m2022 | Var % 22/21 | Var % 22/19 |
| Cartelle sottobracci e portadocumenti | 19,90 | 39,30 | 97,5% | 2,2% | 5,81 | 7,50 | 29,1% | -12,6% | 14,09 | 31,80 | 125,6% | 6,5% |
| Valigie e articoli da viaggio | 85,90 | 137,88 | 60,5% | 20,4% | 9,35 | 19,22 | 105,6% | 43,0% | 76,55 | 118,65 | 55,0% | 17,3% |
| Borse | 344,08 | 447,21 | 30,0% | 13,1% | 179,32 | 213,61 | 19,1% | -1,2% | 164,75 | 233,60 | 41,8% | 30,4% |
| Piccola pelletteria | 156,31 | 220,00 | 40,7% | 19,5% | 61,78 | 66,67 | 7,9% | -7,6% | 94,53 | 153,32 | 62,2% | 36,9% |
| Cinture | 22,89 | 23,30 | 1,8% | -2,1% | 22,89 | 23,30 | 1,8% | -2,1% | - | - | - | - |
| Contenitori per strumenti musicali | 0,39 | 0,40 | 2,5% | 8,6% | - | - | - | - | 0,39 | 0,40 | 2,5% | 8,6% |
| Altri lavori in pelle | 20,87 | 30,84 | 47,8% | 15,8% | 20,87 | 30,84 | 47,8% | 15,8% | - | - | - | - |
| TOTALE IMPORT | 650,34 | 898,92 | 38,2% | 14,8% | 300,02 | 361,14 | 20,4% | 0,1% | 350,31 | 537,78 | 53,5% | 27,3% |

Fonte: Centro Studi Confindustria Moda su dati ISTAT

**Import: incidenza prodotti sul totale valore
Primi 3 mesi 2022****Valore (quote 3m2022)****KG (quote 3m2022)****Quantità in kg (000)**

| PRODOTTI | TOTALE | | | | IN PELLE | | | | IN SUCCEDANEO | | | |
|---------------------------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|--------------|--------------|----------------|----------------|---------------|---------------|----------------|----------------|
| | 3m2021 | 3m2022 | Var % 22/21 | Var % 22/19 | 3m2021 | 3m2022 | Var % 22/21 | Var % 22/19 | 3m2021 | 3m2022 | Var % 22/21 | Var % 22/19 |
| Cartelle sottobracci e portadocumenti | 1.331 | 4.074 | 206,0% | -7,5% | 64 | 128 | 98,5% | -21,6% | 1.267 | 3.946 | 211,5% | -7,0% |
| Valigie e articoli da viaggio | 5.775 | 10.642 | 84,3% | 27,1% | 258 | 665 | 157,5% | 214,6% | 5.516 | 9.977 | 80,9% | 22,2% |
| Borse | 8.477 | 12.479 | 47,2% | 5,2% | 1.121 | 1429 | 27,5% | -5,3% | 7.356 | 11.050 | 50,2% | 6,8% |
| Piccola pelletteria | 9.323 | 12.342 | 32,4% | 13,0% | 877 | 889 | 1,4% | 48,7% | 8.446 | 11.453 | 35,6% | 10,9% |
| Cinture | 413 | 637 | 54,2% | 179,8% | 413 | 637 | 54,2% | 179,8% | - | - | - | - |
| Contenitori per strumenti musicali | 38 | 33 | -12,0% | 0,6% | - | - | - | - | 38 | 33 | -12,0% | 0,6% |
| Altri lavori in pelle | 424 | 638 | 50,3% | 14,6% | 424 | 638 | 50,3% | 14,6% | - | - | - | - |
| TOTALE IMPORT | 25.781 | 40.844 | 58,4% | 12,3% | 3.158 | 4.385 | 38,9% | 34,3% | 22.623 | 36.459 | 61,2% | 10,1% |

Fonte: Centro Studi Confindustria Moda su dati ISTAT



ASSOPELLETTIERI

aderente a

CONFINDUSTRIA MODA

Importazioni dai principali paesi fornitori

Periodo: Gennaio-Marzo

Ranking top 25 per valore

| PAESI di origine | Valori in euro (milioni) | | | | | Quantità in kg (000) | | | | |
|---------------------|--------------------------|---------------|-----------------|----------------|----------------|----------------------|---------------|-----------------|----------------|----------------|
| | 3m2021 | 3m2022 | Quota 2022 % | Var % 22/21 | Var % 22/19 | 3m2021 | 3m2022 | Quota 2022 % | Var % 22/21 | Var % 22/19 |
| 1 Cina | 167,58 | 310,32 | 34,5 | 85,2% | 26,3% | 13.693 | 22.440 | 54,9 | 63,9% | -9,5% |
| 2 Francia | 184,72 | 197,82 | 22,0 | 7,1% | 15,4% | 1.597 | 3.521 | 8,6 | 120,4% | 265,5% |
| 3 Svizzera | 56,65 | 59,34 | 6,6 | 4,7% | -22,5% | 166 | 130 | 0,3 | -22,1% | -32,4% |
| 4 Spagna | 24,13 | 48,23 | 5,4 | 99,9% | 104,1% | 1.423 | 2.003 | 4,9 | 40,8% | 191,8% |
| 5 Germania | 20,95 | 41,61 | 4,6 | 98,6% | 71,8% | 1.385 | 2.533 | 6,2 | 82,8% | 180,8% |
| 6 Paesi Bassi | 34,01 | 29,06 | 3,2 | -14,6% | -46,4% | 1.488 | 2.012 | 4,9 | 35,3% | 77,2% |
| 7 Romania | 23,76 | 26,93 | 3,0 | 13,3% | 6,2% | 567 | 697 | 1,7 | 22,9% | -11,3% |
| 8 Vietnam | 19,83 | 24,55 | 2,7 | 23,8% | 49,4% | 2.101 | 2.294 | 5,6 | 9,1% | 2,8% |
| 9 India | 12,10 | 22,98 | 2,6 | 89,8% | -1,5% | 515 | 923 | 2,3 | 79,2% | 3,6% |
| 10 Belgio | 13,99 | 20,55 | 2,3 | 46,9% | -1,6% | 566 | 1.100 | 2,7 | 94,3% | -10,5% |
| 11 Birmania | 17,59 | 20,54 | 2,3 | 16,8% | 542,4% | 648 | 599 | 1,5 | -7,6% | 351,4% |
| 12 Bulgaria | 4,44 | 9,31 | 1,0 | 109,8% | -17,7% | 77 | 148 | 0,4 | 91,5% | -30,3% |
| 13 Tunisia | 6,20 | 8,44 | 0,9 | 36,1% | -25,6% | 153 | 187 | 0,5 | 22,2% | -22,2% |
| 14 Indonesia | 6,59 | 8,27 | 0,9 | 25,6% | 309,7% | 238 | 293 | 0,7 | 22,8% | 270,7% |
| 15 Turchia | 2,50 | 7,47 | 0,8 | 199,0% | -13,1% | 45 | 213 | 0,5 | 368,4% | 69,7% |
| 16 Hong Kong | 7,42 | 6,16 | 0,7 | -17,0% | -51,2% | 120 | 97 | 0,2 | -19,6% | -51,2% |
| 17 Regno Unito | 5,36 | 5,45 | 0,6 | 1,8% | -60,6% | 44 | 24 | 0,1 | -46,0% | -92,1% |
| 18 Cambogia | 3,35 | 5,44 | 0,6 | 62,5% | 549,9% | 129 | 176 | 0,4 | 36,2% | 249,8% |
| 19 Portogallo | 1,58 | 3,58 | 0,4 | 126,0% | 84,1% | 63 | 106 | 0,3 | 68,3% | 27,0% |
| 20 Thailandia | 3,95 | 3,43 | 0,4 | -13,3% | 106,0% | 43 | 40 | 0,1 | -6,8% | 89,5% |
| 21 Taiwan | 0,64 | 3,04 | 0,3 | 371,9% | 724,2% | 34 | 203 | 0,5 | 505,0% | 1025,9% |
| 22 Giappone | 1,35 | 2,71 | 0,3 | 100,3% | 219,4% | 4 | 6 | 0,0 | 54,0% | 13,9% |
| 23 Polonia | 2,67 | 2,66 | 0,3 | -0,2% | 6,9% | 90 | 112 | 0,3 | 24,1% | -7,9% |
| 24 Rep. Ceca | 1,91 | 2,38 | 0,3 | 24,6% | -34,4% | 96 | 68 | 0,2 | -29,7% | -38,3% |
| 25 USA | 2,12 | 2,36 | 0,3 | 11,1% | 7,1% | 22 | 12 | 0,0 | -44,2% | -45,7% |
| ... | | | | | | | | | | |
| TOT. IMPORT | 650,34 | 898,92 | 100,0 | 38,2% | 14,8% | 25.781 | 40.844 | 100,0 | 58,4% | 12,3% |

di cui:

| | | | | | | | | | | |
|----------------------|--------|--------|------|-------|-------|--------|--------|------|-------|-------|
| da UE27 | 320,08 | 390,19 | 43,4 | 21,9% | 11,9% | 7.642 | 12.952 | 31,7 | 69,5% | 90,0% |
| da EXTRA-UE27 | 330,26 | 508,73 | 56,6 | 54,0% | 17,1% | 18.139 | 27.893 | 68,3 | 53,8% | -5,6% |

Fonte: Centro Studi Confindustria Moda su dati ISTAT



ASSOPELLETTIERI

aderente a

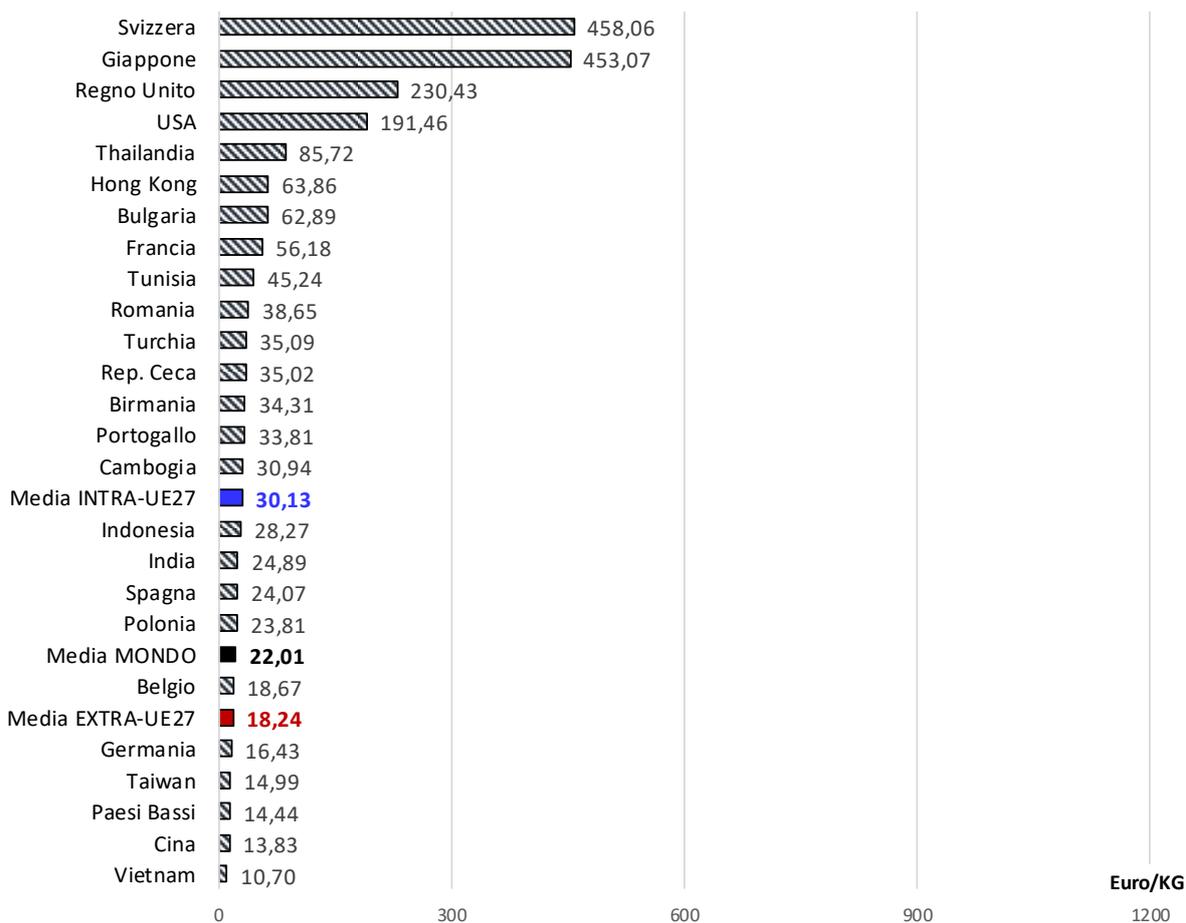
CONFINDUSTRIA  MODA

IMPORT

Analisi prezzi medi al KG dei principali Paesi di origine

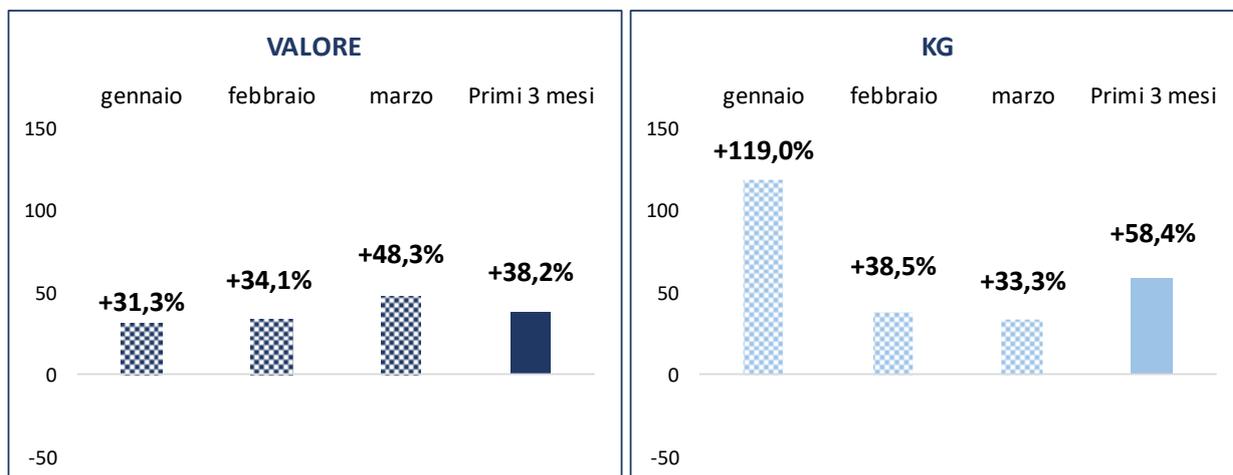
Periodo: PRIMO TRIMESTRE 2022

Prezzi medi al KG_Primi 25 fornitori dell'Import valore Pelletteria, Primi 3 mesi 2022



Andamento Import 2022 per mese

(var.% su analoghi mesi 2021)



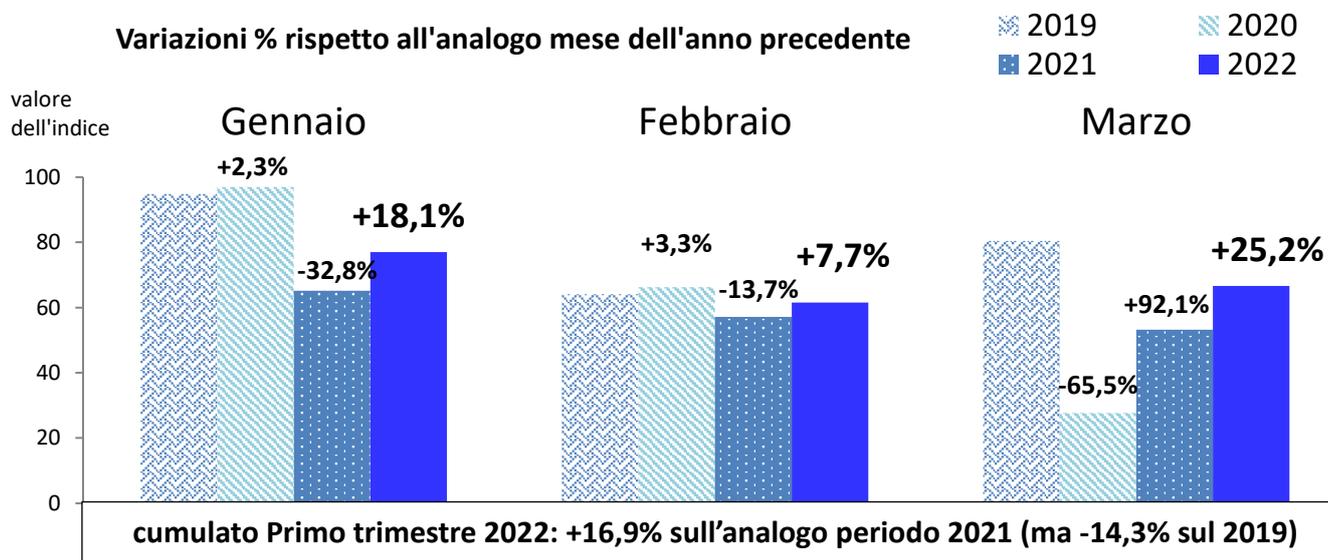


ASSOPELLETTIERI
aderente a
CONFINDUSTRIA MODA

MERCATO ITALIA

Indice mensile Istat del valore delle vendite del commercio al dettaglio

(riferito ai prodotti "Articoli in pelle e da viaggio + calzature",
dati grezzi). Base 2015=100.

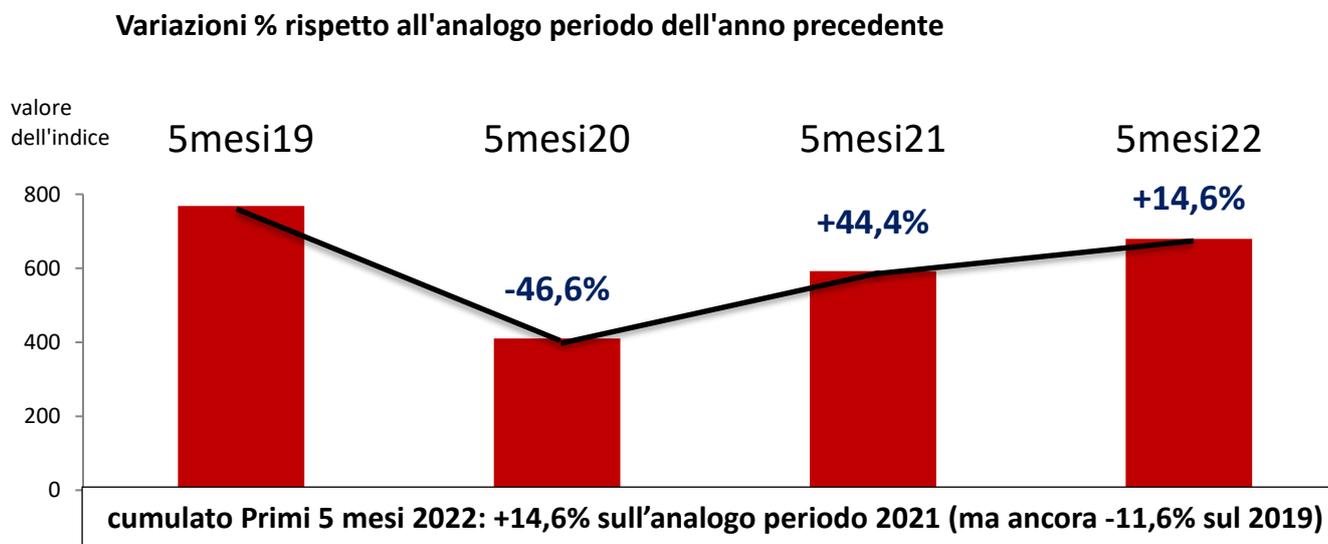


Fonte: ISTAT; elaborazione Confindustria Moda del 08/07/2022

TREND PRODUZIONE

Indice mensile Istat della produzione industriale

(voce Ateco CB1512 "Fabbricazione di articoli da viaggio, borse e simili, pelletteria e selleria",
dati corretti per gli effetti di calendario). Base 2015=100.



Fonte: ISTAT; elaborazione Confindustria Moda del 08/07/2022



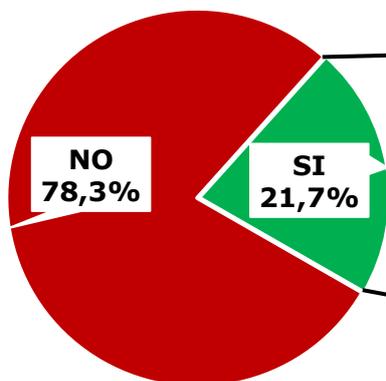
ASSOPELLETTIERI

aderente a

CONFINDUSTRIA MODA

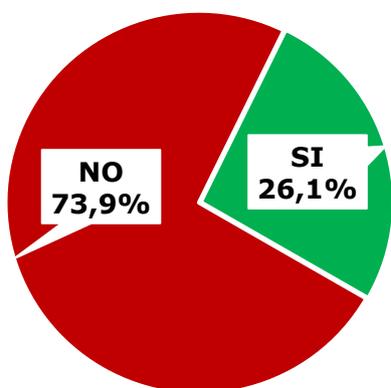
Indagine Rapida congiunturale Confindustria Moda condotta ad aprile 2022 tra le imprese italiane del TMA: focus risultati relativi al campione di aziende associate ad Assopellettieri

1. Nel PRIMO TRIMESTRE 2022 (gennaio-marzo), la sua azienda ha fatto ricorso ad AMMORTIZZATORI SOCIALI (CIG o strumenti simili)?



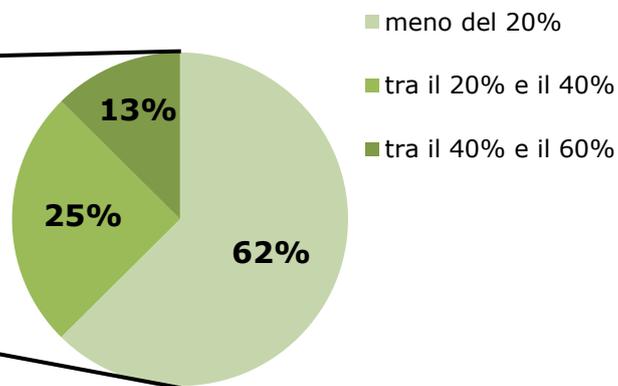
Nel primo trimestre del 2022 la quota di aziende pellettiere rispondenti che ha dichiarato di aver fatto ricorso agli **ammortizzatori sociali** risulta assolutamente minoritaria: è scesa infatti al **21,7%** (si ricordi che nel 4° trimestre 2021 era ancora al 60,7%). Un dato in linea con la media dell'intero campione TMA (Tessile, Moda e Accessorio, pari al 21,2%) e che rispecchia il forte decremento delle ore di CIG autorizzate da INPS nella filiera pelle rispetto alla prima frazione dello scorso anno.

3. Nel SECONDO TRIMESTRE 2022 (aprile-giugno), la sua azienda prevede di fare ricorso ad AMMORTIZZATORI SOCIALI (CIG o strumenti simili)?



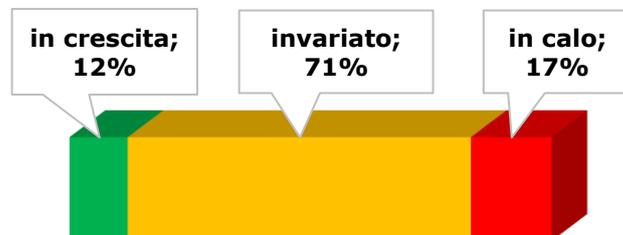
La quota di imprese che, al momento della rilevazione, prevede di utilizzare gli ammortizzatori nel secondo trimestre dell'anno sale lievemente rispetto a quella registrata nei primi tre mesi: l'incidenza si porta infatti al **26,1%** del totale, dal 21,7% rilevato per gennaio-marzo.

2. Se sì, può indicarci la quota di dipendenti che, nel PRIMO TRIMESTRE 2022, ne ha effettivamente fruito?



Fra le imprese che ne hanno usufruito, in 3 casi su 5 (62%, la fetta più consistente) risulta coinvolto meno del 20% del totale addetti; nel 25% delle aziende, gli interessati dai provvedimenti oscillano tra il 20% e il 40% della forza lavoro; il rimanente 13% di chi vi ha fatto ricorso ha visto coinvolto nelle misure tra il 40% e il 60% dei dipendenti. Benché il campione complessivo sia di numerosità ridotta, appare significativo il fatto che nessuno, tra gli interpellati, abbia usufruito degli ammortizzatori sociali per oltre il 60% della forza lavoro, a testimonianza di come – almeno sino all'esplosione del conflitto tra Russia e Ucraina – i livelli di attività stessero gradualmente tornando a ritmi "normali", dopo il superamento dell'emergenza pandemica.

4. Come prevede varierà il numero di DIPENDENTI della sua azienda a GIUGNO 2022 rispetto a DICEMBRE 2021?



Alla richiesta di una previsione a metà anno circa l'andamento dell'occupazione in azienda, 7 pellettieri su 10 hanno indicato invarianza rispetto a fine 2021 (71%); tra il restante 29%, le indicazioni di calo (17%) prevalgono di poco su quelle di aumento del numero di dipendenti (12%).



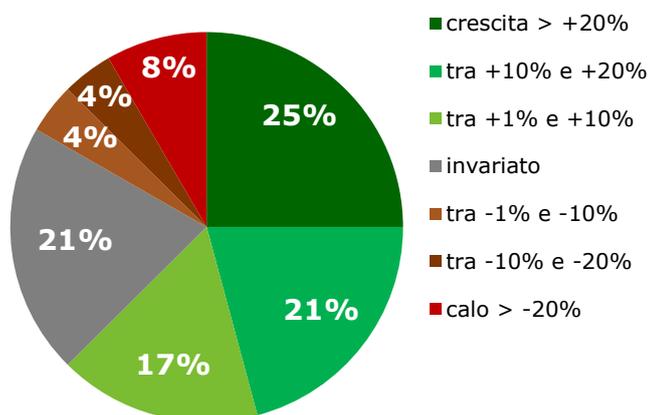
ASSOPELLETTIERI

aderente a

CONFINDUSTRIA MODA

Indagine Rapida congiunturale Confindustria Moda condotta ad aprile 2022 tra le imprese italiane del TMA: focus risultati relativi al campione di aziende associate ad Assopellettieri

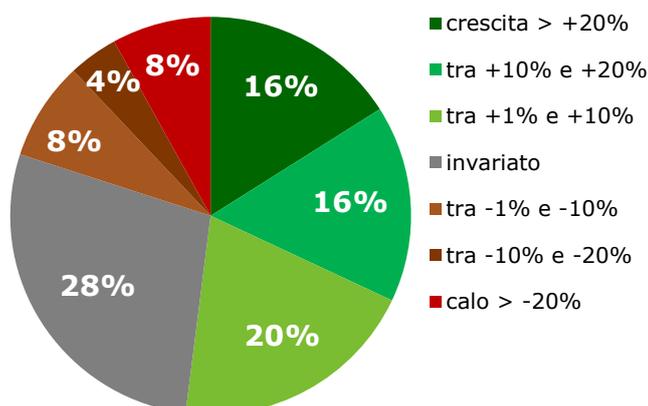
5. Qual è stato l'andamento del FATTURATO nel PRIMO TRIMESTRE 2022 (gennaio-marzo) rispetto al medesimo periodo del 2021?



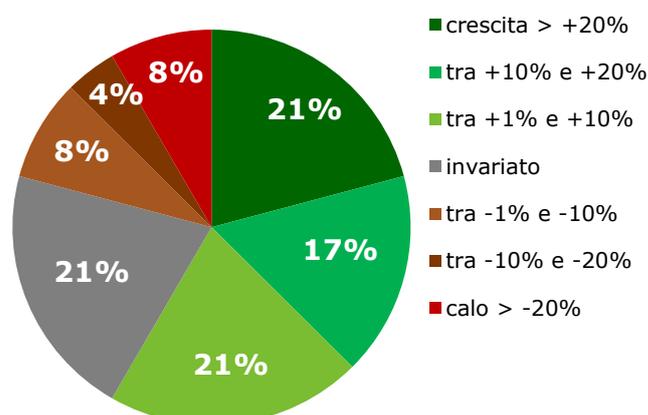
Primo trimestre 2022 ancora all'insegna del recupero: il 63% delle imprese rispondenti ha sperimentato un andamento positivo delle vendite rispetto all'analogo periodo 2021 (che peraltro era stato interessato da una flessione), superiore al +20% per 1/4 del panel. Il 21% dichiara ricavi invariati, mentre il restante 16% ha evidenziato una contrazione su gennaio-marzo 2021 (superiore al -20% per l'8% degli intervistati).

Ponderando le risposte ricevute con i fatturati aziendali, la crescita media complessiva del fatturato con riferimento al campione risulta pari al +19,7% sul primo trimestre 2021 (più vivace, dunque, rispetto alle stime effettuate a gennaio, che prospettavano una variazione del +14,3%).

7. Come prevede sarà il FATTURATO nel SECONDO TRIMESTRE 2022 (aprile-giugno) rispetto allo stesso periodo del 2021?



6. Valuti la variazione degli ORDINI, in valore, nel PRIMO TRIMESTRE 2022 (gennaio-marzo) rispetto al medesimo periodo del 2021



Favorevole, ma in lieve decelerazione, anche la raccolta ordini, che mostra tra le aziende del campione una crescita media nel primo trimestre del +14,4% su un anno addietro, confermando – sebbene in un quadro ancora caratterizzato da un'intonazione generale complessivamente positiva – un'attenuazione nei ritmi di recupero. Al tempo stesso, pur restando maggioritaria, la quota di operatori che hanno sperimentato una crescita nella raccolta scende al 59% rispetto al 68% registrato nel 4° trimestre 2021.

Relativamente al fatturato del secondo trimestre dell'anno in corso, il 52% delle aziende contattate si attende una crescita rispetto al medesimo periodo del 2021; il 28% stabilità; il 20% teme invece un calo.

Ponderando le risposte ricevute coi fatturati aziendali, per il periodo aprile-giugno l'incremento medio delle vendite tra le imprese del panel è atteso nell'ordine del +13,8%. Il trend si mantiene dunque positivo, ma sperimenterebbe un'attenuazione rispetto ai recuperi dei trimestri precedenti (era +25% nell'ultima frazione 2021 e +19,7% nei 3 mesi iniziali 2022), alla luce sia del raffronto con il rimbalzo registrato nel 2° trimestre 2021 sia delle incertezze legate al deterioramento dello scenario internazionale gravato dal conflitto russo-ucraino.

Visto l'andamento del gennaio-marzo e le suddette indicazioni sul secondo trimestre, il primo semestre del 2022 dovrebbe archiviarsi con una dinamica attorno al +16,7% rispetto alla prima metà 2021. Un risultato positivo ma comunque ancora insufficiente a recuperare i livelli pre-pandemia del primo semestre 2019, che rimarrebbero lontani (gap superiore al 10%), seppure in graduale avvicinamento. Non va dimenticato, peraltro, che la pelletteria era stata uno dei settori TMA più colpiti.



ASSOPELLETTIERI

aderente a

CONFINDUSTRIA MODA

Indagine Rapida congiunturale Confindustria Moda condotta ad aprile 2022 tra le imprese italiane del TMA: focus risultati relativi al campione di aziende associate ad Assopellettieri

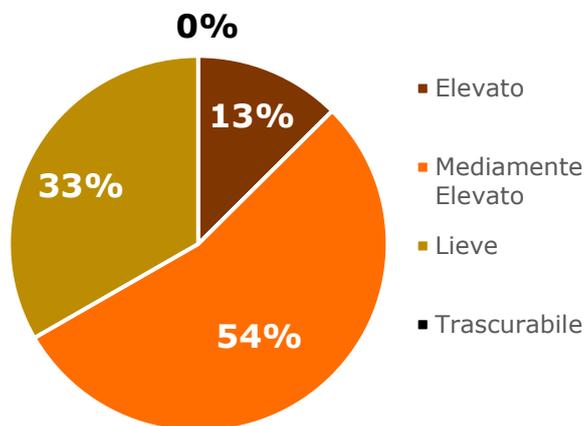
8. Gli ultimi mesi sono stati caratterizzati da un forte aumento dei costi di energia e materie prime. Con riferimento alle MATERIE PRIME UTILIZZATE dalla sua azienda, energia esclusa, quali hanno subito i maggiori RINCARI? (massimo 3 risposte)

Il problema dei rincari nei listini delle materie prime resta di forte attualità. Quasi 9 aziende a campione su 10 non hanno registrato alcuna attenuazione significativa nei prezzi dopo i marcati incrementi degli ultimi mesi.

Esclusi energia e gas, analizzati a parte, il prospetto seguente indica le principali voci di costo che le imprese pelletterie del panel hanno segnalato – in maniera spontanea attraverso una domanda a risposta aperta – come oggetto dei **maggiori rincari**:

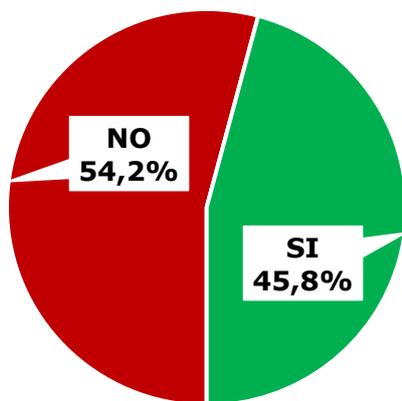
- Pelli/pellami
- Minuterie metalliche
- Tessuti
- Imballaggi

9. L'IMPATTO dell'AUMENTO DEL COSTO DI ENERGIA ELETTRICA E/O GAS nell'ambito del processo produttivo della sua azienda è:



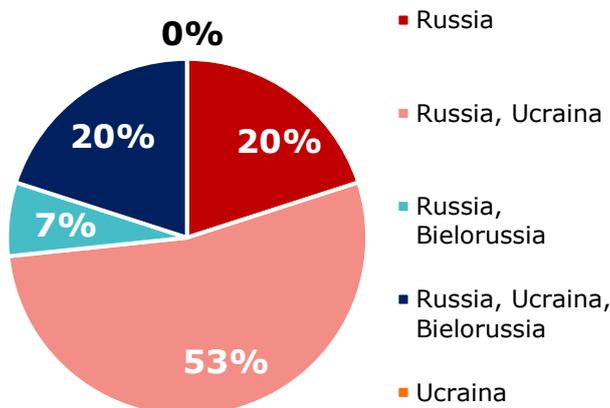
Le pressioni in campo energetico minano il percorso di crescita delle aziende e il loro assetto competitivo. Livelli di costo degli energetici come quelli attuali potrebbero risultare presto insostenibili per le PMI del settore, compromettendo l'equilibrio economico-aziendale e la marginalità. Per 2 pelletterie del campione su 3 (**67%**) l'**impatto** negativo conseguente all'abnorme aumento dei costi di energia elettrica e gas sarà significativo (**elevato o mediamente elevato**). Il 33% del panel ritiene che gli aumenti avranno un impatto lieve. Nessun rispondente ha indicato «trascurabile».

10. La sua azienda, prima del conflitto in atto, ESPORTAVA IN RUSSIA-UCRAINA-BIELORUSSIA?



Il **46%** delle imprese pelletterie associate partecipanti a questa indagine ha indicato di esportare in Russia/Ucraina/Bielorussia: una percentuale certo non trascurabile. Tali aziende risultano direttamente esposte all'evoluzione delle vicende belliche nell'area, che hanno indotto da marzo un crollo dell'export in Russia e Ucraina.

11. Se sì, IN QUALI dei 3 mercati esportava, esattamente?



La Russia è, tra i 3, il mercato principale: tutti i rispondenti del panel con clienti nell'area vi esportavano. In particolare, il 20% di tali aziende esportava solo in Russia, il 53% in Russia e Ucraina, il 7% in Russia e Bielorussia, il 20% vendeva in tutti e 3 i mercati analizzati. Nessun rispondente, invece, vendeva solo in Ucraina.



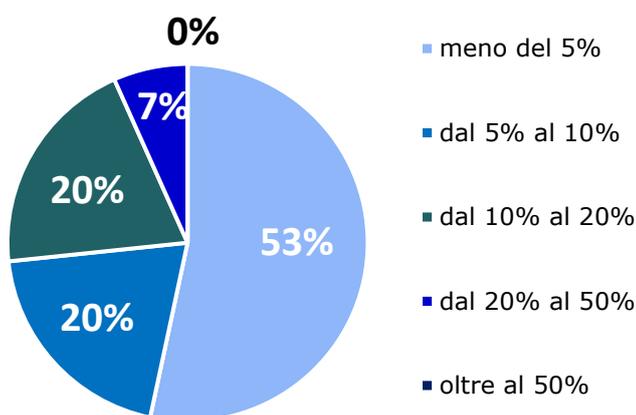
ASSOPELLETTIERI

aderente a

CONFINDUSTRIA MODA

Indagine Rapida congiunturale Confindustria Moda condotta ad aprile 2022 tra le imprese italiane del TMA: focus risultati relativi al campione di aziende associate ad Assopellettieri

12. Se esportava in uno o più di questi 3 mercati, QUANTO PESAVANO INSIEME SULLE VENDITE complessive della sua azienda?



Il 53% del sotto-campione che vi esportava, tuttavia, indica un peso di questi paesi «inferiore al 5%» dei ricavi aziendali; il 20% «tra il 5% e il 10%»; un altro 20% «tra il 10% e il 20%». Solo per un 7% l'export in questi sbocchi copriva «tra il 20% e il 50%» del fatturato aziendale, mentre nessuna delle realtà interpellate superava il 50%.

Si tratta di un risultato campionario, riferito alle aziende pellettiere associate ad Assopellettieri e rispondenti alla rilevazione. Ciò non toglie, ovviamente, vi siano imprese o territori con una esposizione su questi mercati più elevata della media del panel nazionale di associati partecipanti.

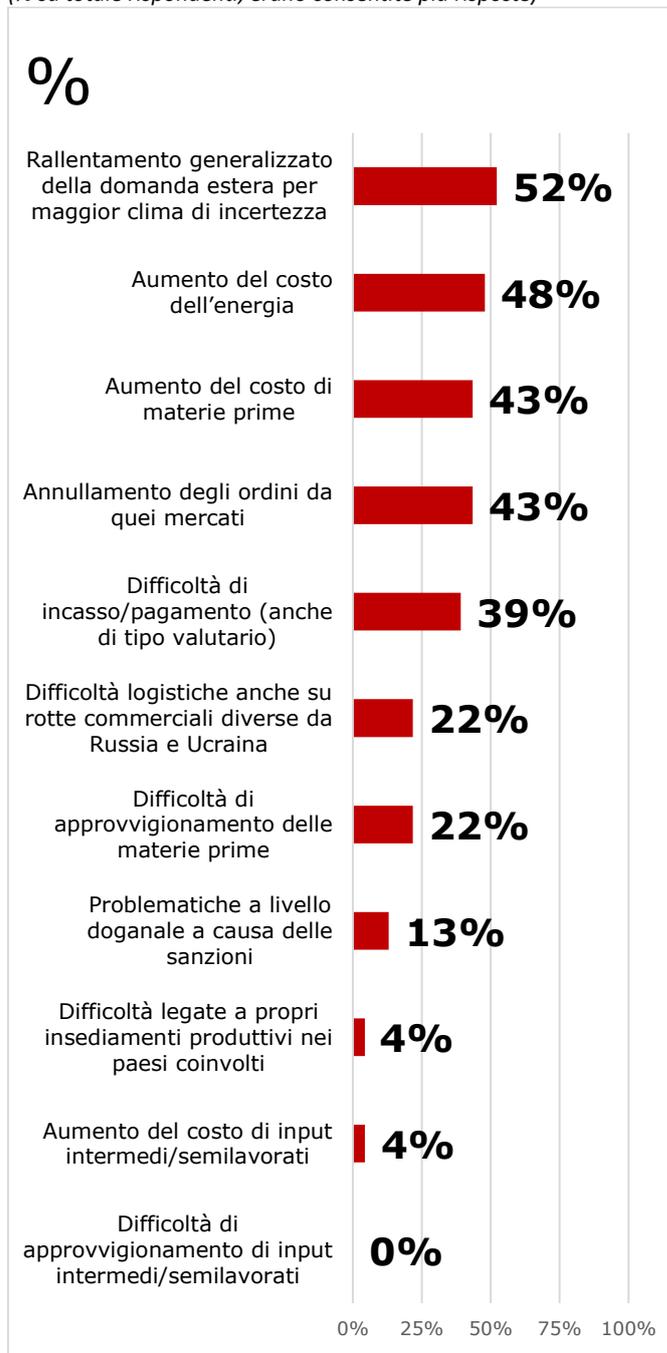
Nel 2021 la pelletteria italiana ha esportato verso Russia e Ucraina beni per 117,7 milioni di euro, in recupero del +41,6% sul 2020 (e con un +17,5% sul 2019 pre-Covid), di cui 106 milioni in Russia e 11,7 in Ucraina. Assieme costituivano l'11° mercato di destinazione, con una incidenza sul totale export pari all'1,2%.

Nonostante la quota complessiva settoriale piuttosto contenuta, alcune realtà aziendali e/o aree territoriali risultano più esposte rispetto alla media e risentono maggiormente degli effetti del conflitto.

Marginale, invece, l'export di pelletteria verso la Bielorussia (943mila euro, -6.2% sul 2020, 78° mercato di sbocco).

13. Per la sua impresa quali sono i PRINCIPALI PROBLEMI conseguenti al conflitto Russia-Ucraina?

(% su totale rispondenti; erano consentite più risposte)



Il rallentamento generalizzato della domanda estera per il maggior clima di incertezza creatosi (indicato dal 52% degli imprenditori interpellati), l'aumento del costo dell'energia (48%) e delle materie prime (43%), l'annullamento degli ordini dai mercati direttamente coinvolti nel conflitto (43%) sono i **principali problemi** causati dalla guerra russo-ucraina secondo gli Associati rispondenti.



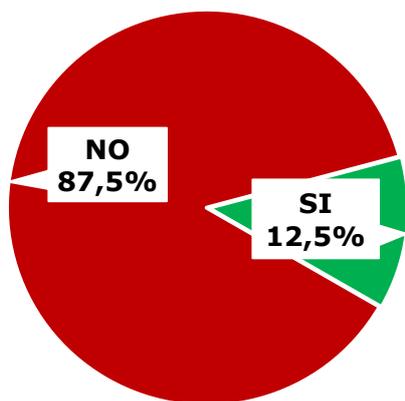
ASSOPELLETTIERI

aderente a

CONFINDUSTRIA MODA

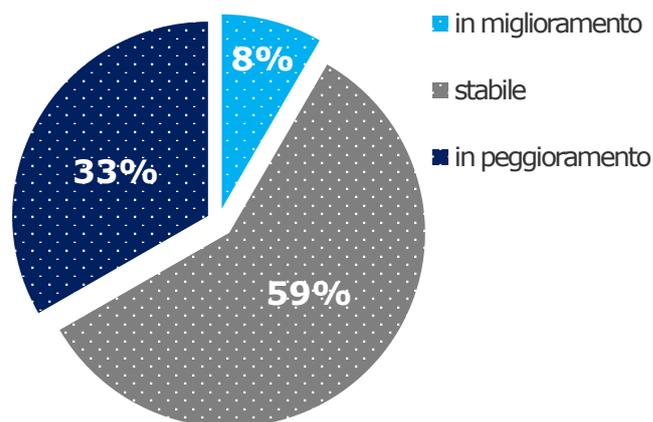
Indagine Rapida congiunturale Confindustria Moda condotta ad aprile 2022 tra le imprese italiane del TMA: focus risultati relativi al campione di aziende associate ad Assopellettieri

14. La sua impresa ha RIDOTTO nelle ultime settimane la PRODUZIONE A SEGUITO dell'AUMENTO DEI COSTI o di DIFFICOLTA' DI APPROVVIGIONAMENTO?



Al momento della rilevazione, la stragrande maggioranza del campione – pari all’87,5% dei casi – dichiara di non aver ridotto la produzione a seguito dell’incremento dei costi e di difficoltà di approvvigionamento. Solo un 12,5% indica di aver ridimensionato i volumi prodotti per questi motivi. Tra costoro, le riduzioni denunciate risultano inferiori al 10% (4,2% del panel) o comprese tra 10 e 20% (8,3% dei rispondenti totali).

15. Come prevede sarà l'evoluzione congiunturale del SECONDO TRIMESTRE 2022 rispetto al primo trimestre 2022?

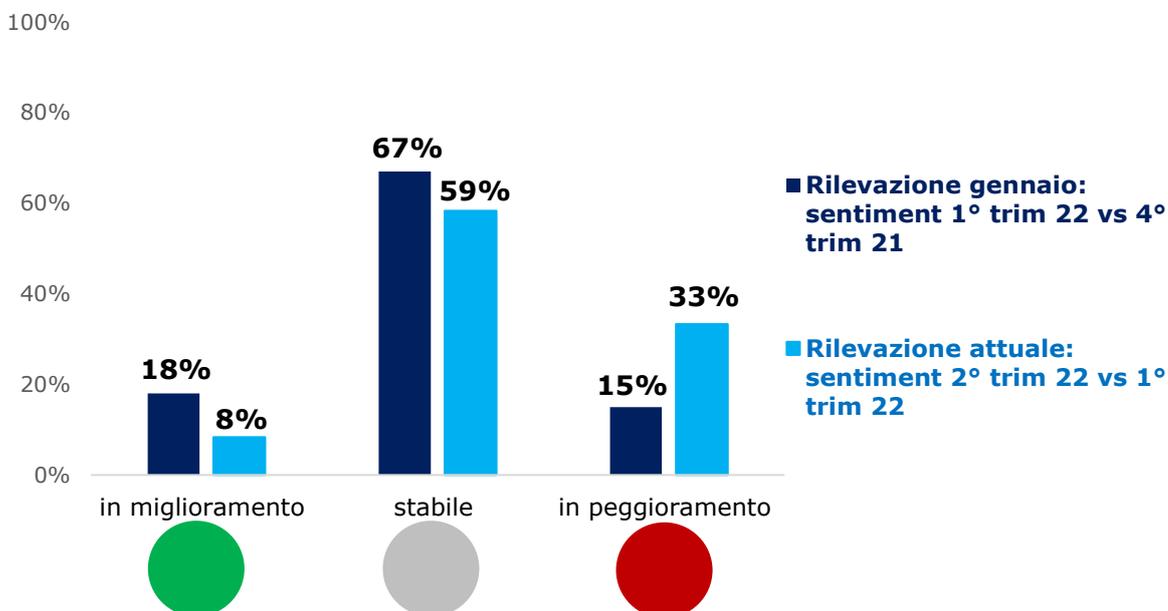


Indagando più specificatamente il *sentiment* delle imprese circa l’evoluzione congiunturale attesa nel secondo trimestre dell’anno, un significativo **59%** confida in una stabilità delle condizioni di mercato rispetto al gennaio-marzo. Ma un **33%** del panel (rispetto al 15% della rilevazione di gennaio) ritiene invece che la congiuntura settoriale sia in peggioramento (e tale percentuale sale al 37,5% tra le aziende di più piccola dimensione, sotto i 5 milioni di euro).

Chiude l’**8%** (a fronte del 18% della scorsa rilevazione) che prospetta, invece, un miglioramento ulteriore.

Lo scoppio a fine febbraio della guerra, il clima di incertezza generalizzato diffusosi, il lockdown e i timori di nuovi focolai pandemici in Cina, il protrarsi del caro energia e nessuna attenuazione nei costi delle materie prime non possono che destare preoccupazione sull’evoluzione settoriale a breve.

SENTIMENT EVOLUZIONE CONGIUNTURALE 1° E 2° TRIMESTRE A CONFRONTO



CASSA INTEGRAZIONE GUADAGNI

Primi 5 mesi 2022 - Settore di attività: "Pelli, cuoio e calzature"

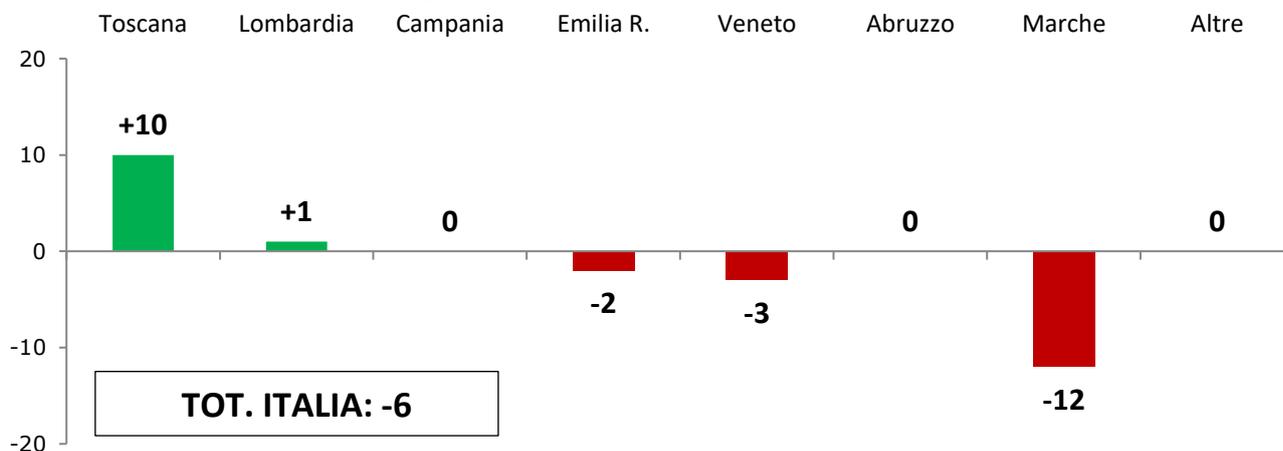
ORE AUTORIZZATE PER TRATTAMENTI DI INTEGRAZIONE SALARIALE a favore di operai e impiegati

| | 5 mesi 2019 (Ore) | 5 mesi 2021 (Ore) | 5 mesi 2022 (Ore) | Var. % 22/21 | Var. % 22/19 |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------|-----------------|
| C.I.G. Ordinaria | 2.461.775 | 24.405.732 | 6.227.830 | -74,5 | +153,0 |
| C.I.G. Straordinaria | 759.097 | 757.359 | 899.627 | +18,8 | +18,5 |
| di cui: | | | | | |
| - straordinaria in senso stretto | 755.737 | 216.850 | 866.156 | +299,4 | +14,6 |
| - in deroga | 3.360 | 540.509 | 33.471 | -93,8 | +896,2 |
| TOTALE | 3.220.872 | 25.163.091 | 7.127.457 | -71,7 | +121,3 |
| di cui: | | | | | |
| primo trimestre (gen-mar) | 1.980.600 | 21.793.314 | 5.117.712 | -76,5 | +158,4 |
| bimestre aprile-maggio | 1.240.272 | 3.369.777 | 2.009.745 | -40,4 | +62,0 |

| | Ore autorizzate per regione (ordinarie+straordinarie) | | | | |
|--------------------|---|----------------------|----------------------|-----------------|-----------------|
| | 5 mesi 2019 (Ore) | 5 mesi 2021 (Ore) | 5 mesi 2022 (Ore) | Var. % 22/21 | Var. % 22/19 |
| Piemonte | 32.252 | 120.016 | 171.041 | +42,5 | +430,3 |
| Lombardia | 337.002 | 2.327.410 | 808.664 | -65,3 | +140,0 |
| Veneto | 394.911 | 3.349.299 | 1.129.928 | -66,3 | +186,1 |
| Friuli V.G. | 8.283 | 53.807 | 6.408 | -88,1 | -22,6 |
| Emilia Romagna | 253.157 | 1.788.189 | 222.921 | -87,5 | -11,9 |
| Toscana | 280.709 | 6.275.252 | 978.672 | -84,4 | +248,6 |
| Umbria | 25.474 | 191.580 | 104.507 | -45,4 | +310,2 |
| Marche | 1.088.669 | 3.878.542 | 1.764.431 | -54,5 | +62,1 |
| Abruzzo | 41.424 | 308.955 | 80.446 | -74,0 | +94,2 |
| Campania | 655.482 | 5.371.064 | 1.577.979 | -70,6 | +140,7 |
| Puglia | 103.509 | 1.328.457 | 259.956 | -80,4 | +151,1 |
| Altre regioni | - | 170.520 | 22.504 | -86,8 | n.c. |
| TOT. ITALIA | 3.220.872 | 25.163.091 | 7.127.457 | -71,7 | +121,3 |

Fonte: INPS, elaborazioni Confindustria Moda per Assopellettieri_06/2022

Variazioni assolute nel NUMERO DI IMPRESE ATTIVE, industria+artigianato (voce Ateco CB1512) per regione, marzo 2022 su dicembre 2021



Fonte: elaborazioni e stime Confindustria Moda su dati Infocamere-Movimprese