

1. LA FILIERA CUOIO, PELLI E CALZATURE NEL 2002-2003

Nel primo semestre dell'anno, la filiera italiana cuoio, pelletteria e calzature (un macrosettore industriale formato da circa 24mila aziende e 180mila addetti, che sviluppa un fatturato annuo superiore ai 17 miliardi di euro) ha continuato a soffrire. Stretto fra forti cedimenti nel fatturato estero (-9.4%) e una progressiva perdita di dinamicità del mercato interno, infatti, il macrosettore ha accusato flessioni tendenziali superiori al 7% per il fatturato complessivo e superiori al 6% nell'attività produttiva.

Nei dati dell'Istat, la spinta recessiva (che ha continuato a interessare tutto il sistema moda italiano) ha colpito con l'intensità maggiore proprio il "monte" della filiera pelle, ovvero l'industria della conceria (-7.6% il calo produttivo registrato nel primo semestre) che, oltre a vedere ridursi sensibilmente la capacità di assorbimento del mercato calzaturiero, ha riscontrato difficoltà anche con i clienti operanti nell'abbigliamento in pelle e nell'arredo.

Tabella 1: La filiera cuoio, pelletteria e calzature in Italia nel primo semestre 2003
(var. % tendenziali)

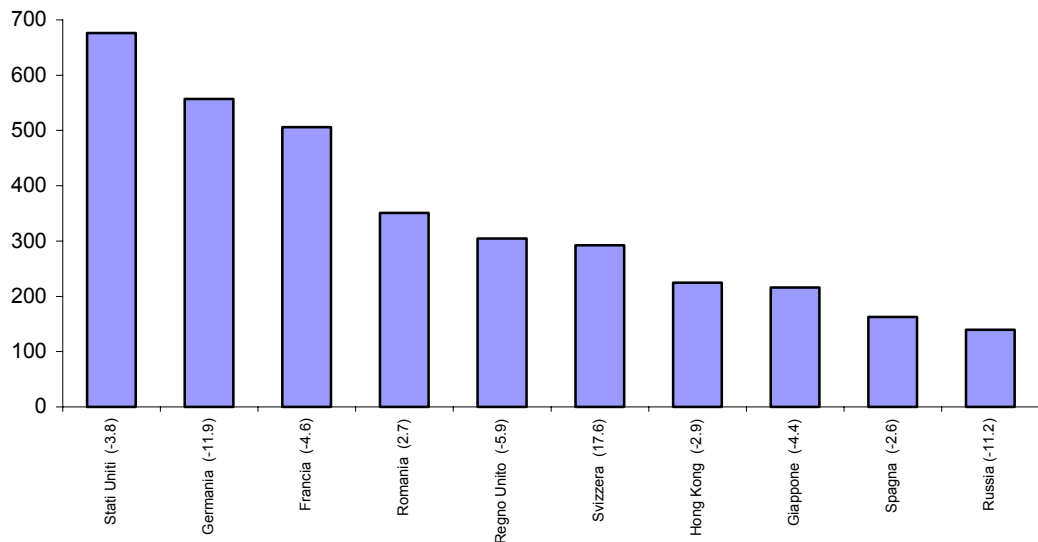
	Primo semestre 2003
Fatturato Totale	-7.3
<i>di cui:</i>	
- Fatturato Italia	-4.9
- Fatturato Estero	-9.4
Produzione	-6.4
Ordinativi	-9.8

Fonte: SMI su dati ISTAT

Nei dati di commercio estero, le difficoltà attraversate dalla filiera pelle risultano molto evidenti. Nei primi cinque mesi dell'anno, le esportazioni dirette verso il mercato americano - il più importante per le aziende italiane che realizzano negli Stati Uniti il 13% del proprio fatturato estero complessivo - hanno accusato una flessione prossima al 4%. Questa evoluzione - che trova fra i propri fattori esplicativi anche la perdita di *price competition* delle produzioni italiane indotte dal rafforzamento dell'euro rispetto al dollaro - ha comportato una flessione della quota del mercato USA soddisfatta da produzioni italiane che si è ridotta al 7% nella pelletteria e al 20.8% nel segmento pelli e pellicce (dati ICE New York calcolati sui flussi in dollari nel primo semestre 2003).

Il mercato tedesco - secondo per importanza - ha assorbito merci italiane per circa 560 milioni di euro, l'11.9% in meno rispetto al corrispondente periodo dello scorso anno. In Europa, gli unici flussi (fra quelli dimensionalmente più significativi) che hanno mantenuto una certa dinamicità sono stati quelli verso la Romania (+2.7%) e quelli (in transito) verso la Svizzera (+17.6%), entrambi originati in massima parte da operazioni infra-industriali.

Figura 1: Le esportazioni di cuoio, pelletteria e calzature (gennaio-giugno 2003)
(Milioni di euro)



Fonte: ISTAT

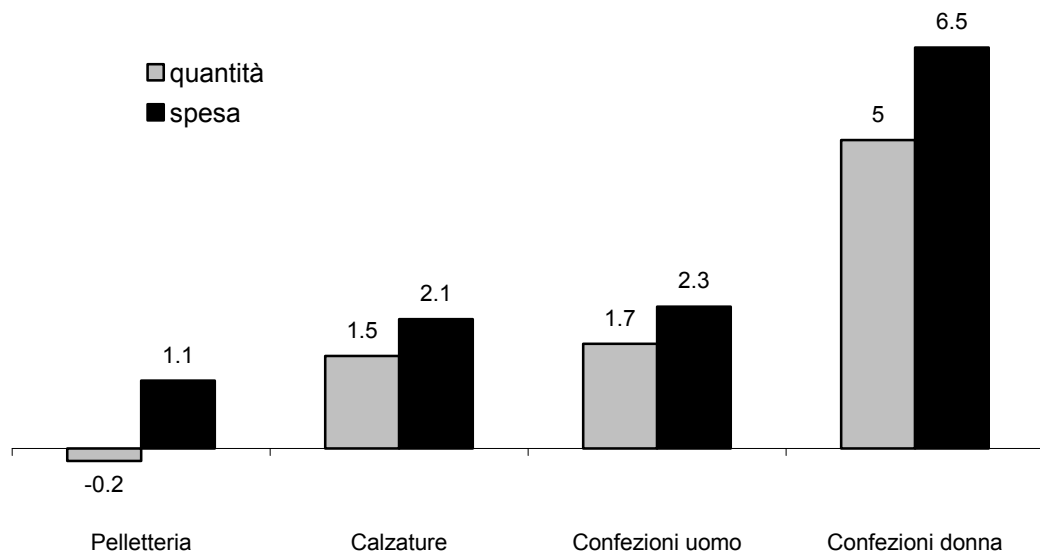
(Fra parentesi la variazione % rispetto al corrispondente periodo del 2002)

Anche sul fronte dei flussi in entrata, stante la scarsa dinamicità del mercato interno, si è assistito a una riduzione (-1.9% nei primi cinque mesi del 2003), anche se i maggiori fornitori del mercato italiano - Cina e Romania che complessivamente coprono quasi il 29% del fabbisogno interno totale - si sono mossi in controtendenza, continuando a svilupparsi a tassi del 4.9% e del 2.3% rispettivamente.

In un contesto in cui la frenata delle esportazioni è risultata nettamente più evidente rispetto a quella delle importazioni, il saldo commerciale macrosettoriale ha registrato una netta riduzione (-8.6%) attestandosi poco sopra i 2.5 miliardi di euro.

Sul mercato italiano, in un contesto macroeconomico sicuramente non favorevole ai consumi, i risultati di *sell-out* dei prodotti legati alla pelle nel primo semestre dell'anno sono risultati migliori di quelli che hanno caratterizzato, in media, i prodotti moda. Anche se si è riscontrato un progressivo peggioramento nel corso del periodo analizzato, il primo semestre 2003 si è infatti chiuso, nei dati di AcNielsen, con una spesa complessiva in crescita per tutti i quattro macroprodotti della filiera pelle. I risultati migliori hanno interessato le confezioni femminili, ancora premiate dalle tendenze moda (+6.5%). Superiori al 2% gli incrementi di spesa che hanno inoltre caratterizzato le confezioni in pelle maschili e le calzature. In quest'ultimo caso, tuttavia, il risultato complessivo sintetizza gli andamenti sensibilmente divergenti fra i diversi segmenti. Infatti, se le scelte delle consumatrici, seguendo la moda, hanno premiato l'acquisto di calzature come lo stivale (sia nella versione corta sia in quella alta), risultati deludenti hanno riguardato le calzature classiche (es. mocassini) e, in generale, tutte le calzature maschili. Anche la spesa complessiva per calzature sportive si è mossa al ribasso (in questo segmento continua comunque a risultare evidente l'attenzione del consumatore alla qualità e alla performance dei prodotti). I consumi di sandali da donna non hanno registrato modifiche di rilievo (almeno nelle quantità), mentre in crescita sono risultate le vendite di pantofole, zoccoli e ciabatte.

Figura 2: I consumi finali di prodotti in pelle e calzature nel primo semestre 2003
 (var. % tendenziali)



Fonte: AcNielsen

A livello di macroprodotto, i risultati più deludenti hanno riguardato i prodotti di pelletteria (+1.1% l'incremento di spesa sperimentato nel primo semestre, -0.2% la variazione nei quantitativi). In questo comparto, infatti, gli unici accessori a mantenersi dinamici sono stati gli articoli da lavoro e le cartelle in particolare, grazie proprio a un'offerta che ha privilegiato l'impiego di materiali pregiati come la pelle.

Le borse da donna, ovvero il prodotto di gran lunga più rilevante del settore pelletteria, hanno visto ridursi i volumi di vendita, mentre la spesa complessiva si è mantenuta sostanzialmente stabile. Dopo il recupero dello scorso anno, le vendite di valigie e borsoni da viaggio si sono riallineate sul sentiero decrescente di lungo periodo. In un contesto di assenza di esigenze di rinnovo, negativo è risultato anche l'andamento dei consumi di portafogli, portamonete e borsellini: nella piccola pelletteria infatti solo i prodotti di minor prezzo medio hanno continuato a svilupparsi positivamente.

In flessione gli zainetti, rimangono stazionari gli zaini e i borsoni sportivi, mentre continua la fase positiva dei marsupi. Infine si segnala il ridimensionamento degli acquisti di cinture da parte dell'uomo, mentre la donna ha continuato a non rinunciare a rinnovare, in questo segmento, il proprio guardaroba.

Salvo rare eccezioni, nella maggioranza dei mercati analizzati si è assistito a un incremento dei prezzi medi di acquisto a testimonianza di uno spostamento delle preferenze dei consumatori verso prodotti di qualità.

Per la parte finale del 2003, in un contesto macroeconomico ancora caratterizzato da una scarsissima dinamicità del mercato interno, è molto improbabile che si assista a qualche deciso segnale di inversione di tendenza sul fronte dei consumi finali. Gli elementi di incertezza sono ancora numerosi e influenzeranno, anche nei prossimi mesi, le decisioni di acquisto di consumatori finali e *retailer*.

Sui mercati esteri qualche spunto positivo potrebbe invece interessare i mercati asiatici – il Giappone in particolare – e gli Stati Uniti, paesi dai quali emergono segnali di ripresa sul fronte macroeconomico.

Anche se queste attese dovessero concretizzarsi, si tratterà comunque di impulsi insufficienti a riportare in attivo il bilancio settoriale del 2003. Questa previsione sembra trovare conferma nei dati relativi agli ordinativi raccolti nella filiera pelle che mostrano, a consuntivo del primo semestre, una flessione prossima al 9%.

Anche nella filiera pelle, come nel sistema moda nel suo complesso, le attese di ripresa vengono dunque rimandate ai primi mesi del 2004 e l'attenzione degli osservatori si concentra proprio sulle manifestazioni fieristiche del "monte", ovvero dei comparti che, strutturalmente sono i primi a segnalare i punti di svolta nel ciclo economico.

La fase ciclica negativa che interessa ormai da oltre due anni il sistema moda italiano si è intersecata con rilevanti mutamenti strutturali che stanno modificando in modo permanente la fisionomia della moda *made in Italy*. Questi mutamenti fanno ovviamente riferimento al ruolo crescente giocato dai paesi in via di sviluppo, sempre più importanti sia come nuovi mercati di sbocco, sia, soprattutto come luoghi di produzione che garantiscono rilevanti vantaggi di costo. Questi fenomeni si sono tradotti, nella filiera pelle, in un brusco incremento del grado di apertura al commercio internazionale dell'industria italiana che tenta di riposizionare la propria offerta privilegiando, sia in Italia sia all'estero, i segmenti alti e medio-alti del mercato, quelli dove vengono premiati i superiori contenuti tecnico-stilistici e di servizio delle produzioni *made in Italy*. Solo quattro anni fa, infatti, le imprese italiane collocavano all'estero "solo" il 63% del proprio output complessivo, mentre lo scorso anno la propensione a esportare ha superato il 72%. Nello stesso periodo, il rapporto di *import penetration* – ovvero la quota percentuale del mercato nazionale soddisfatta da prodotti di importazione è passata dal 37% al 52%.

2. IL SETTORE PELLI E CONCIA

Nel primo semestre del 2003, la conceria italiana non si è sottratta alle pressioni ribassiste che hanno continuato a interessare il sistema moda italiano.

Il comparto – che è caratterizzato da circa 2.400 aziende e oltre 30mila addetti, e che sviluppa un fatturato annuo abbondantemente superiore ai 6.4 miliardi di euro – ha mostrato, nel primo scorcio del 2003, variazioni pesantemente negative in tutte le principali grandezze economiche settoriali.

Nei dati Istat, il fatturato del settore accusa una flessione di poco inferiore al 7%, determinatasi soprattutto sui mercati esteri (-8.7%), mentre le vendite domestiche hanno perso “solo” il 3.2%.

L’attività produttiva, dopo una flessione cumulata vicina al 9% già registrata nel 2001-2002, ha perso nuovamente terreno (-7.6% nei primi sei mesi del 2003) e le indicazioni sugli ordinativi (-8.6%) non lasciano spazio a facili ottimismo per la parte finale dell’anno.

Tabella 2: La congiuntura nel settore “preparazione e concia del cuoio”
(var. % tendenziali)

	Primo semestre 2003
Fatturato Totale	-6.7
<i>di cui:</i>	
- Fatturato Italia	-3.2
- Fatturato Estero	-8.7
Produzione	-7.6
Ordinativi	-8.6

Fonte: SMI su dati ISTAT

Il dettaglio dei flussi di commercio estero per paese mostra ancora, nel primo semestre 2003, flessioni significative (-11.9%) nei flussi in uscita. Nove dei dieci maggiori mercati di sbocco per la produzione italiana (che realizza all’estero circa il 57% del proprio fatturato) si sono mostrati in flessione e in alcuni casi si è assistito a veri e propri crolli. I flussi diretti a Hong Kong (snodo commerciale per numerose triangolazioni che interessano, tra l’altro, il colosso cinese) si sono ridotti di circa $\frac{1}{3}$ rispetto al corrispondente periodo del 2002 e quelli diretti in Romania – che lo scorso anno si erano mantenuti sostanzialmente stabili – hanno perso terreno a un ritmo del 14.5%. Sul fronte dei mercati esteri le uniche - importanti - *news* positive riguardano il mercato americano, che ha mostrato netti segnali di ripresa (+21.7%).

Per quanto riguarda i flussi in entrata, se nel 2002 il Brasile (maggior fornitore dell’industria nazionale) aveva mostrato di riuscire a “tenere le posizioni” nel mercato italiano nonostante una congiuntura sfavorevole, nei primi mesi di quest’anno il paese latino-americano ha visto ridursi di quasi il 10% il proprio fatturato “italiano”, contribuendo in misura rilevante al risultato complessivo (-18.8%) registrato per i flussi in entrata. Anche in questo caso l’unico dato in significativa controtendenza – rispetto al quadro ribassista prevalente – fa riferimento agli Stati Uniti dai quali l’industria della trasformazione italiana ha incrementato del 21.7% i propri acquisti.

Tabella 3: Esportazioni e importazioni di cuoio e pelli
(Periodo gennaio-maggio 2003)

Esportazioni: i principali clienti				Importazioni: i principali fornitori			
Paesi di destinazione	Milioni di €	var. %	Quota %	Paesi di origine	Milioni di €	var. %	Quota %
TOTALE	1.357	-11.9	100.0	TOTALE	1.237	-16.8	100.0
<i>di cui:</i>				<i>di cui:</i>			
Hong Kong	163	-33.4	12.0	Brasile	158	-9.6	12.8
Romania	157	-14.5	11.5	Stati Uniti	95	21.7	7.7
Stati Uniti	117	21.7	8.6	Australia	89	-2.2	7.2
Spagna	76	-25.7	5.6	Francia	69	-28.7	5.6
Germania	75	-47.0	5.6	Russia	65	-3.2	5.2
Cina	67	-1.7	5.0	Nuova Zelanda	47	-0.5	3.8
Polonia	55	-22.1	4.1	India	46	2.9	3.7
Francia	53	-28.7	3.9	Ucraina	36	-1.9	2.9
Turchia	46	-36.7	3.4	Nigeria	35	-9.8	2.8
Corea del Sud	46	-58.7	3.4	Repubblica Sudafricana	32	-32.3	2.6

Fonte: ISTAT

Fonte: ISTAT

L'assenza di significativi recuperi nella domanda estera rivolta al settore (il dato relativo agli Stati Uniti non è purtroppo sufficiente a provocare, da solo, una inversione di tendenza), e la situazione di stagnazione che ha caratterizzato nei mesi più recenti i consumi finali, inducono a posticipare al 2004 speranze di avvio di un percorso di ripresa anche in questo segmento del sistema moda italiano. Di fondamentale importanza quindi verificare, in questa edizione di *ModaPelle*, se il sentimento di mercato prevalente fra gli operatori del "monte" della filiera risulterà coerente con queste attese.

*Nota a cura dell'Area Centro Studi di Sistema Moda Italia per ModaPelle by Pitti Immagine.
Si ringrazia AcNielsen-Sita per il quadro dei consumi finali sul mercato italiano.*

Firenze, 24 settembre 2003