

FLASH SETTORI

Fatturato e Ordinati

Aprile 2008

Dati ISTAT a Febbraio 2008

A cura dell'Ufficio Studi Euler Hermes SIAC

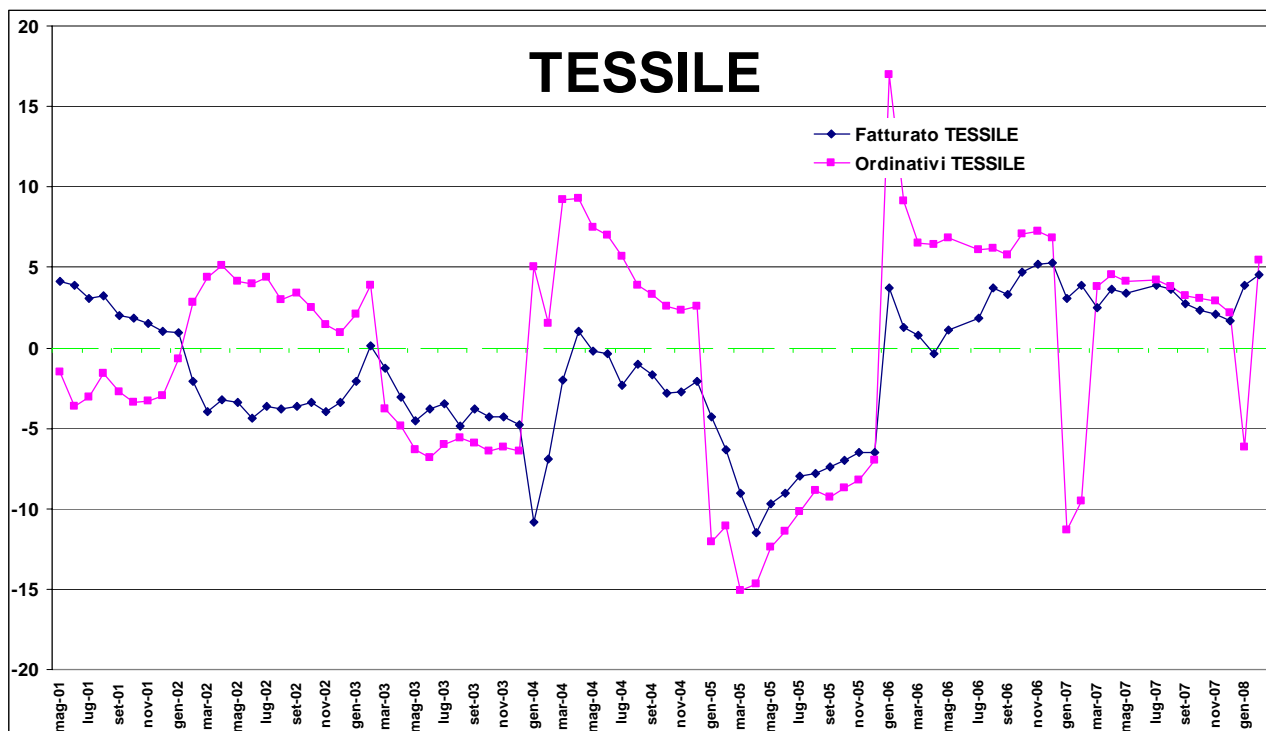


EULER HERMES
SIAC

A company of Allianz 

FLASH SETTORI – APRILE 2008

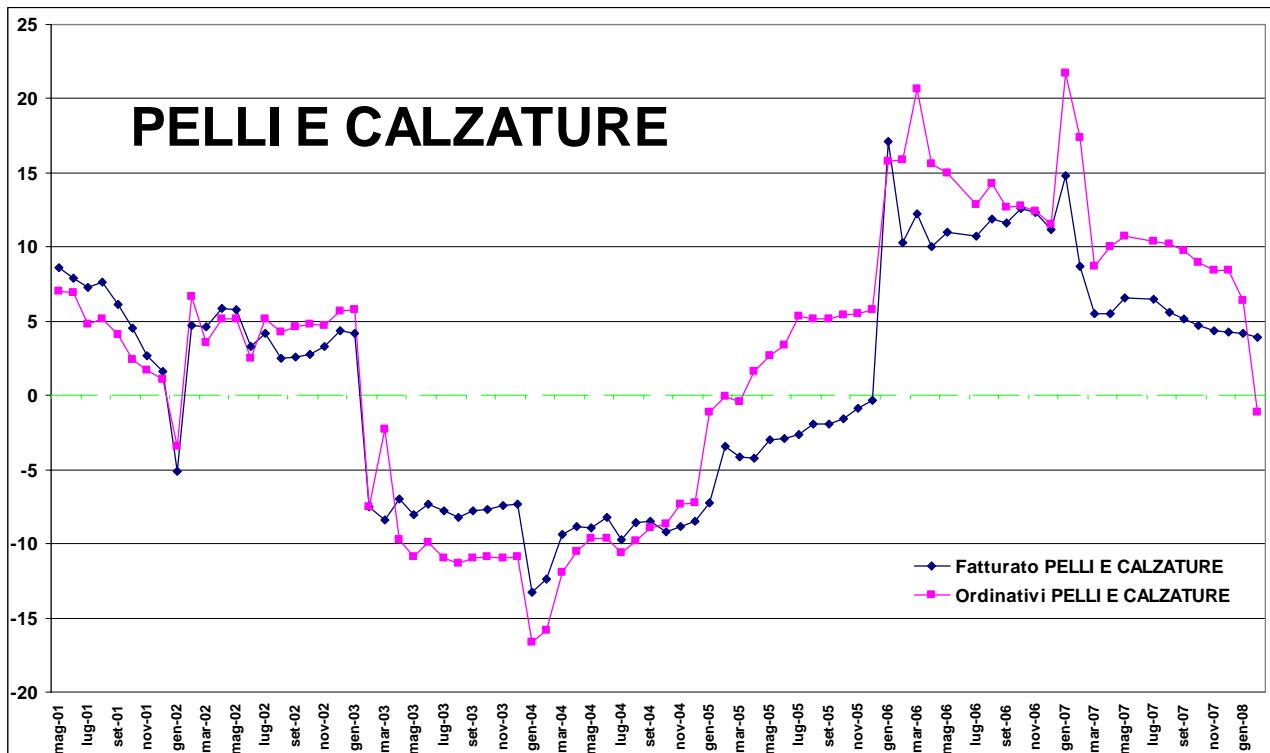
Di seguito gli andamenti dei principali settori*:



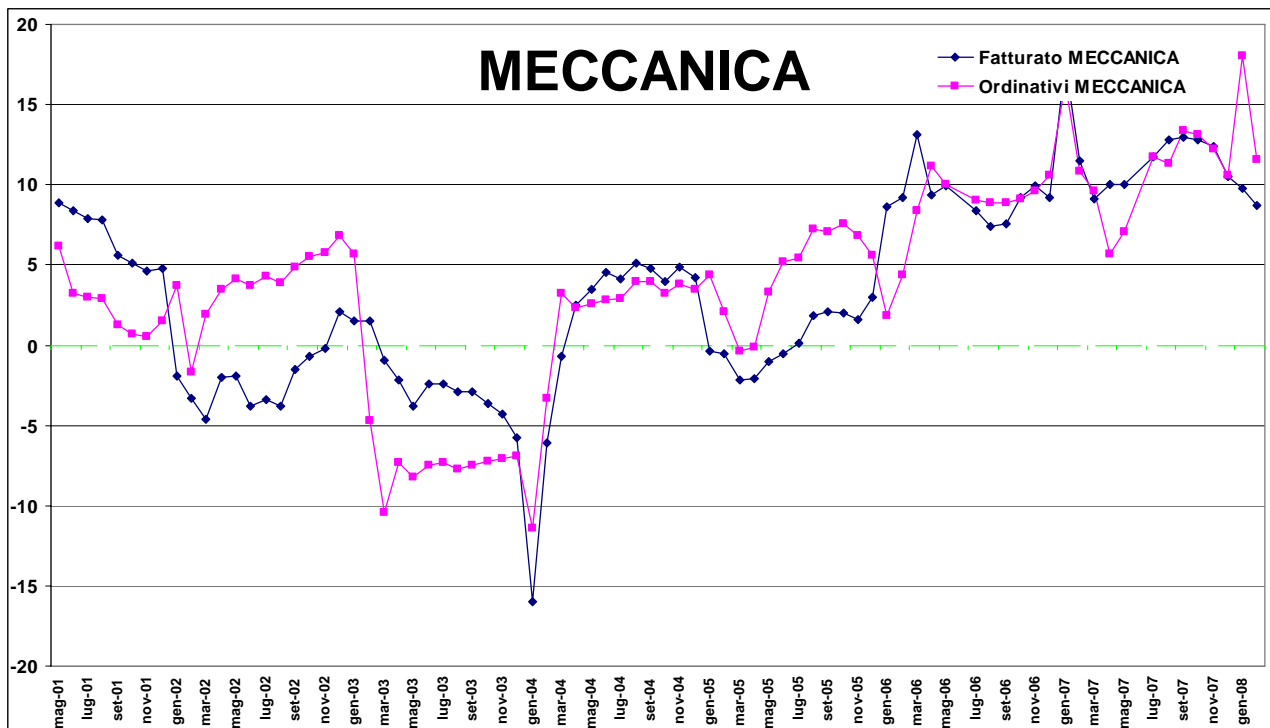
* Dati ISTAT aggiornati a Febbraio 2008

Nei primi due mesi del 2008, il **fatturato** ha registrato un incremento del 7,5% e gli ordinativi del 10,7%. Le variazioni sono così ampie anche perché risentono dell'aumento dei prezzi alla produzione, che a febbraio erano già cresciuti del 5,7%.

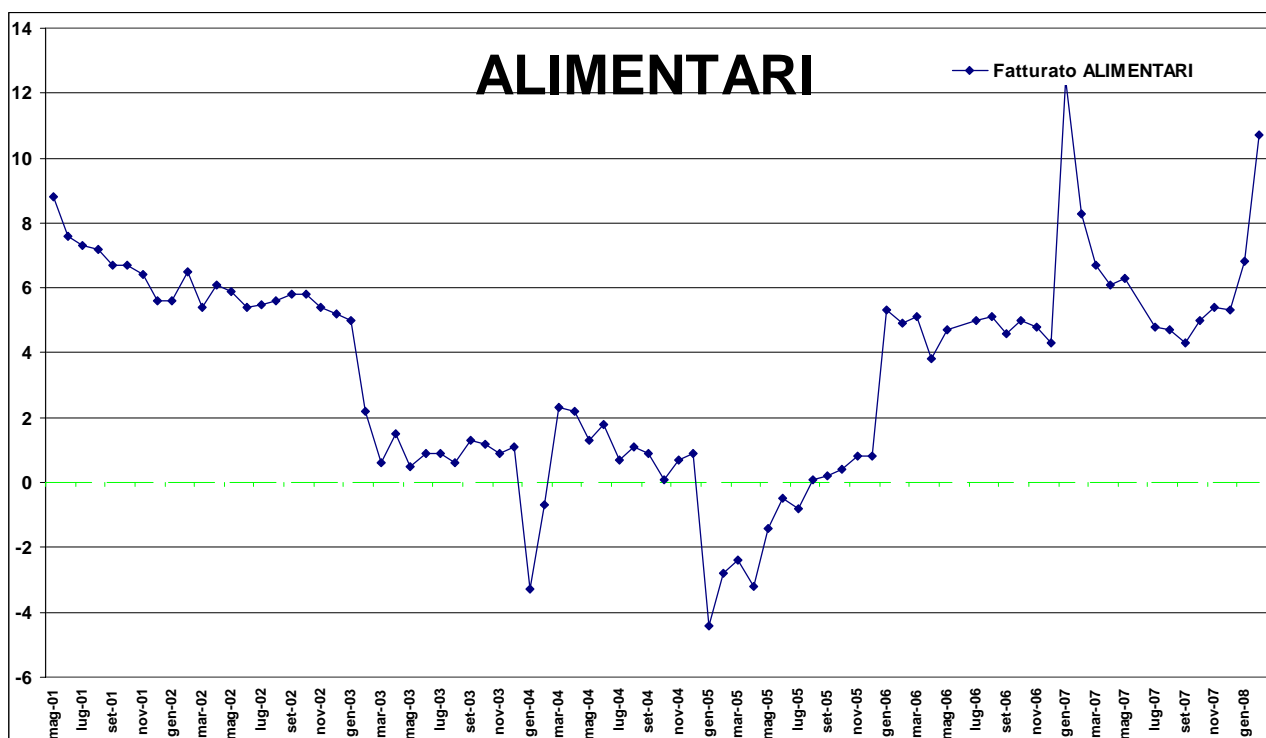
Il 2008 sarà un anno più difficile del previsto per l'industria italiana della **moda**. Al momento è aumentata la probabilità che si verifichino le condizioni sfavorevoli tra cui aumento di incertezza dei consumatori, assenza di politiche fiscali di sostegno ai redditi, ulteriore rafforzamento dell'euro sul dollaro. Il peggioramento della dinamica produttiva è forte nel settore **pelli e calzature** (anche se non si ferma l'export in Russia), meno pronunciata nel **tessile** mentre non ha rallentato la **pelletteria** di alta gamma. Ancora a gennaio i dati della moda uomo erano confortanti e il settore era ottimista. Ma tutto si è bloccato. Incominciando dalla situazione dei pagamenti, che sta mettendo a dura prova il sistema. Le attese nel settore della distribuzione multimarca si allungano sempre di più, arrivando di fatto a 12 mesi. Continua a crescere il **franchising** soprattutto nell'abbigliamento, dove un esercizio su 10 opera con questa formula, mentre sono marginali gli acquisti nell'**on-line** legati a tale settore.



* Dati ISTAT aggiornati a Febbraio 2008



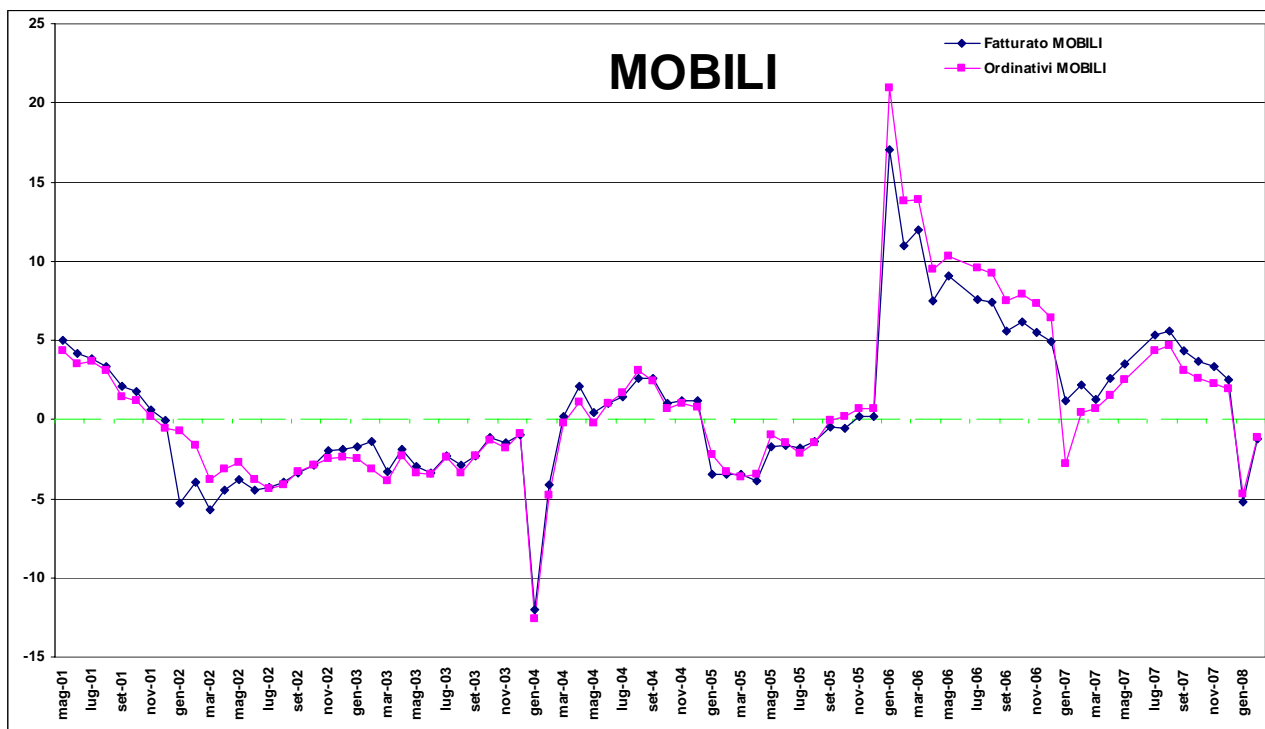
* Dati ISTAT aggiornati a Febbraio 2008



* Dati ISTAT aggiornati a Febbraio 2008

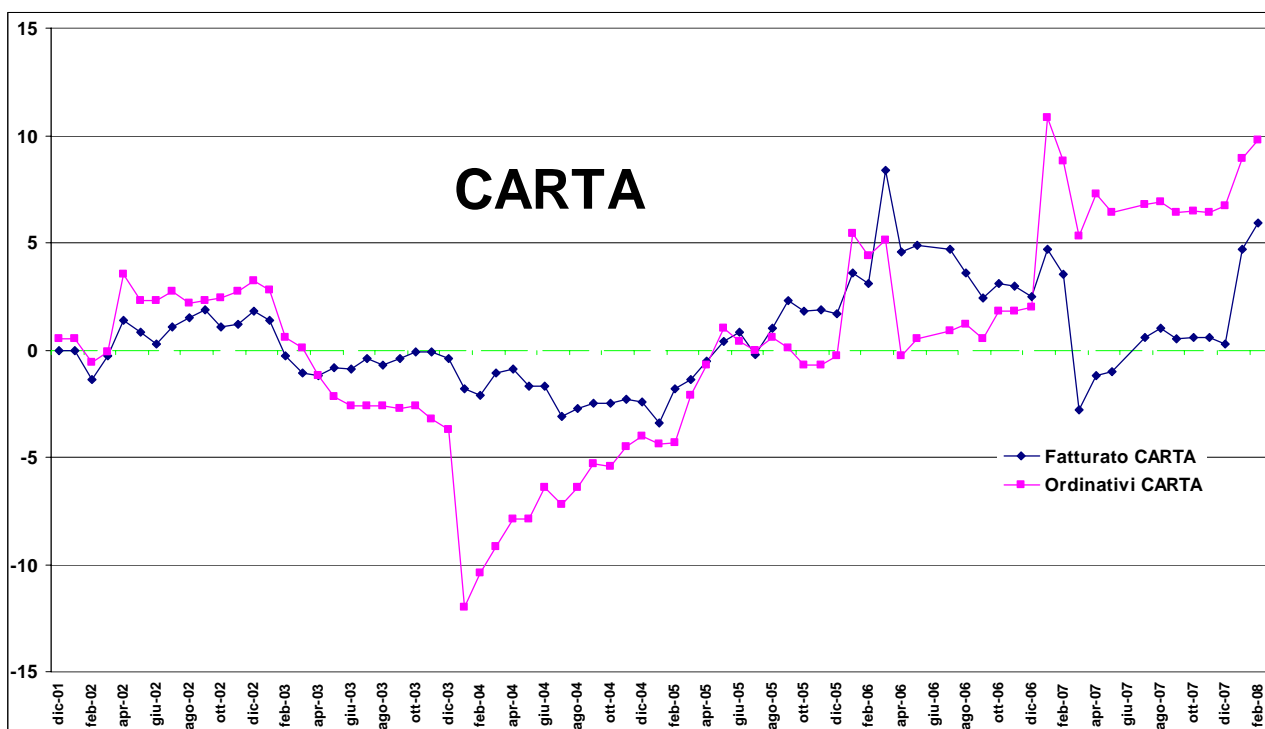
Nel 2008 si prevede che la produzione e il fatturato dell'**industria alimentare** italiana siano ancora stagnanti. Il peso dell'alimentare sul paniere della spesa degli italiani rimane minoritario e non superiore al 17% del totale anche dopo gli aumenti attuali. L'Unione Europea a 27 Stati rappresenta il 65% circa delle esportazioni che sommato al 12,3 degli USA dimostra come il resto del Mondo importi appena il 22% del Made in Italy Alimentare. Sorprende in particolar modo l'Asia, continente dalle enormi potenzialità, che nel 2007 ha realizzato una quota di import dei nostri prodotti alimentari inferiore al 5%. Per quanto riguarda i prodotti troviamo al primo posto il Vino che costituisce da solo il 21,4% delle esportazioni. Secondi classificati i Dolci con una fetta del 12%, al terzo posto la Pasta e i prodotti Lattiero-Caseari con l'8,6% del totale. Seguono poi appaiati Oli e Grassi, Ortaggi Trasformati (7,8% dell'export totale) e le Carni preparate (5,1% di incidenza sul totale).

Gli italiani per fare acquisti preferiscono sempre di più le **vendite a domicilio** rispetto ai negozi e alla grande distribuzione. Il fatturato nel 2007 è aumentato del 4,7%, ben più dell'1% della grande distribuzione e del +0,1% dei piccoli esercizi (dati Istat). Si tratta del quinto anno consecutivo in cui la crescita è maggiore. Anche il numero degli incaricati alle vendite aumenta. Il comparto che ha registrato i risultati migliori è quello dei servizi, seguito dall'alimentare. Positivo anche il risultato per cosmesi, accessori moda e tessile. I 'beni durevoli casa' si confermano il comparto trainante della vendita a domicilio con una quota di mercato del 45,2% per cento. **Iper e Supermercati**. È il segmento alimentare del Largo consumo confezionato (che comprende drogheria alimentare, bevande, freddo, fresco, cura degli animali, cura della casa e cura della persona) a segnare i maggiori aumenti di prezzo. All'interno di alcuni reparti, in particolare Fresco e Drogheria alimentare, si sono concretizzate le sollecitazioni provenienti dai mercati internazionali delle materie prime. La risalita dei prezzi si riflette quasi interamente nei minori volumi. Sono sempre i volumi che provengono dalle nuove aperture a sostenere i quantitativi intermediati. Gli esercizi della rete preesistente faticano invece a mantenere il passo e registrano una contrazione. Le **vendite online** cresceranno a doppia cifra anche nel 2008, con gli acquisti legati al turismo che assorbono quasi la metà del fatturato.



* Dati ISTAT aggiornati a Febbraio 2008

Unico settore col segno meno sia del fatturato che degli ordini è quello dei **mobili** il cui trend di sviluppo, contract compreso, è stato positivo nel 2007, sia sull mercato interno che su quello estero (34,3% della produzione globale). Positivi i mercati come la Russia, la Grecia, l'Ucraina ed Emirati Arabi Uniti, bene anche i primi tre Paesi clienti: Francia, Regno Unito e Germania. Negli Usa invece l'arredamento italiano non ha invertito il trend negativo legato soprattutto al cambio euro-dollaro. Diminuisce il numero delle aziende a fronte, però, di un aumento dell'occupazione. Si sta affermando una strategia integrata che unisce alla qualità del prodotto gli investimenti nella distribuzione e nel marchio. Tra le tendenze più marcate emergono il tecno-barocco, lo stile revival anni '70 e i progetti di nuova concezione.



* Dati ISTAT aggiornati a Febbraio 2008