

## Il settore calzaturiero italiano 2019

### Tabella di sintesi e commento

tratti da:



A CURA DEL CENTRO STUDI  
CONFINDUSTRIA  MODA



ASSOCALZATURIFICI

L'INDUSTRIA CALZATURIERA ITALIANA 2018/2019 – LINEAMENTI PRINCIPALI  
THE ITALIAN FOOTWEAR INDUSTRY 2018/2019 – HIGHLIGHTS

DESCRIZIONE <i>Description</i>		2018	2019	VARIAZIONE % <i>Variation %</i>
<b>Aziende</b> <i>Companies</i>		4.505	4.326	-4,0
<b>Addetti</b> <i>Employees</i>		75.680	74.890	-1,0
<b>PRODUZIONE</b> <i>Production</i>	paia (milioni) / <i>pairs (millions)</i>	184,3	179,1	-2,8
	valore (milioni Euro) / <i>value (million €)</i>	7.861,24	7.992,26	+1,7
<b>EXPORT</b>	paia (milioni) / <i>pairs (millions)</i>	203,2	201,4	-0,9
	valore (milioni Euro) / <i>value (million €)</i>	9.585,40	10.269,70	+7,1
<b>IMPORT</b>	paia (milioni) / <i>pairs (millions)</i>	336,1	333,9	-0,7
	valore (milioni Euro) / <i>value (million €)</i>	5.161,36	5.362,88	+3,9
<b>Saldo commerciale</b> <i>Trade balance</i>	paia (milioni) / <i>pairs (millions)</i>	-132,9	-132,5	+0,3
	valore (milioni Euro) / <i>value (million €)</i>	4.424,05	4.906,82	+10,9
<b>Produzione per l'interno</b> <i>Production for domestic consumption</i>	paia (milioni) / <i>pairs (millions)</i>	27,4	26,3	-4,3
	valore (milioni Euro) / <i>value (million €)</i>	1.106,02	1.070,14	-3,2
<b>Consumi interni</b> <i>Domestic consumption</i>	paia (milioni) / <i>pairs (millions)</i>	193,6	189,0	-2,4
	valore (milioni Euro) / <i>value (million €)</i>	3.627,69	3.575,50	-1,4
<b>Export/Produzione %</b> <i>Exports/Production %</i>	paia / <i>pairs</i>	85,1	85,3	+0,3
	valore / <i>value</i>	85,9	86,6	+0,8
<b>Import/Consumi %</b> <i>Imports/Consumption %</i>	paia / <i>pairs</i>	85,8	86,1	+0,3
	valore / <i>value</i>	69,5	70,1	+0,8

## CENNI SULL'INDUSTRIA CALZATURIERA ITALIANA NEL 2019

Il 2019 si è chiuso con risultati nel complesso poco brillanti ed una situazione estremamente disomogenea tra le imprese, con un numero non trascurabile di realtà che ancora stentano ad uscire dalla fase recessiva. Nonostante i dati medi settoriali evidenzino crescite in valore e flessioni non particolarmente penalizzanti in quantità, sia per l'export che per la produzione, l'anno è stato caratterizzato da molteplici difficoltà sul fronte internazionale – che hanno fortemente condizionato i risultati in diversi importanti mercati – e da un andamento ancora una volta sfavorevole sul mercato interno, che ha frenato l'import.

La produzione Made in Italy si è attestata a 179,1 milioni di paia (5,2 milioni in meno rispetto al 2018, pari al -2,8%), per un valore di poco inferiore a 8 miliardi di euro (+1,7%).

I dati cumulati diffusi da Istat mostrano una crescita non trascurabile delle esportazioni in valore (+7,1% sul 2018), accompagnata però da una flessione nei volumi (-0,9%), con prezzi medi cresciuti dell'8,1%; seppure in aumento del +3,9% in valore, le scarpe con tomaio in pelle/cuoio, tipiche della produzione nazionale, sono scese del -3,6% in quantità.

Tra gennaio e dicembre sono state vendute all'estero, includendo le operazioni di pura commercializzazione, 201,4 milioni di paia di calzature, per 10.270 milioni di euro. Per la prima volta le vendite estero hanno dunque superato la soglia dei 10 miliardi di euro, cogliendo l'ennesimo record anche al netto dell'inflazione.

Un risultato reso possibile grazie alle performance conseguite dai gruppi globali internazionali del lusso che producono in Italia, come mostra chiaramente la graduatoria in valore delle principali destinazioni, guidata nel 2019 dalla Svizzera, tradizionale piattaforma logistica delle griffe, che da lì spediscono alla clientela in tutto il mondo.

Il paese elvetico, dopo l'incremento del 60% evidenziato nel triennio 2015-2018, nel 2019 ha registrato un ulteriore aumento a doppia cifra (+26,5% rispetto al 2018, accompagnato da un +4,8% in quantità) che lo ha reso il primo Paese di destinazione, scavalcando la Francia, che pure è stata caratterizzata da trend positivi: +8,9%, con un +6,3% in volume.

Nelle dinamiche del settore – che ha confermato un fatturato totale di oltre 14,3 miliardi – sono presenti dunque due “velocità” distinte: quella dei grandi brand mondiali del lusso e quella delle piccole medie imprese (numericamente più diffuse, con marchio proprio o comunque che non lavorano per le griffe) che hanno raccolto risultati non altrettanto favorevoli, spesso addirittura negativi (ovviamente in generale, visto che non mancano certo casi virtuosi anche tra queste).

Al netto dei flussi diretti in Svizzera e Francia – destinazioni privilegiate del terzismo per le griffe, che coprono assieme 1/3 delle vendite estero in valore – l'aumento registrato dall'export italiano di calzature nel 2019 si ridurrebbe, infatti, dal +7,1% al +2,6%, con una flessione attorno al -3% in volume.

L'esame per area di destinazione mostra una sostanziale tenuta dell'Unione Europea (+0,1% in quantità, con un +3,9% in valore sul 2018), dove sono dirette 7 scarpe su 10. Se la Francia ha recuperato dopo il calo dell'anno precedente, la Germania, secondo nostro mercato in termini di paia, ha registrato nel 2019 un pesante -8,4% in volume, accompagnato da un decremento anche in valore (-1,4%), interrompendo così un triennio di sostanziale stabilità. Flettono anche Belgio e Paesi Bassi, mentre segni positivi hanno caratterizzato l'export verso Regno Unito e Spagna (+5% circa in valore per entrambi); ad est, bene Polonia e Romania.

Le vendite verso i mercati extra-UE, se da un lato hanno evidenziato maggior dinamicità in valore rispetto ai mercati comunitari (+10,5%), in termini di volume hanno fatto segnare un calo (-2,7%). Non sono mancati paesi e aree in sofferenza: a cominciare dalla Russia che, dopo la brusca interruzione nel 2018 del recupero verso i livelli pre-crisi, nel 2019 ha perso un ulteriore -13,1% in quantità, con un -10,1% in valore. Non va meglio in Ucraina e Kazakistan, che segnano anch'essi flessioni significative in valore (attorno al -8% e al -17% rispettivamente). Pesanti le ripercussioni nei distretti produttivi di Marche ed Emilia Romagna, da sempre molto esposti verso l'area.

Male anche in Medio Oriente (-10% in volume e -6,7% in valore), dove gli Emirati Arabi, principale mercato, evidenziano risultati un po' meno penalizzanti ma comunque negativi (-4% in quantità e -2% in valore).

In Far East andamenti disomogenei: bene Cina continentale (+8,4% in valore, a fronte di un timido +1,2% in volume) e Hong Kong (stabile, con un +3,5% nelle paia), che considerati assieme crescono del 3,9% in valore e del 2,3% in quantità, costituendo il 6° mercato di sbocco in valore. Incremento rilevante per la Corea del Sud, che per il decimo anno consecutivo segna in valore un aumento a doppia cifra (+20,4%, con un +5,6% in volume). Trend ancora inferiore alle attese invece in Giappone, che pur crescendo in valore (+5,7%) vede ridursi le quantità (-4,6%). L'entrata in vigore a febbraio 2019 dell'accordo di libero scambio con la UE (EPA) – che porterà, benché gradualmente, alla completa liberalizzazione degli scambi fra un decennio – può senza dubbio offrire agli operatori maggiori possibilità di sviluppo in quest'area.

In Nord America, infine, aumento significativo in valore per gli USA (+9,3%), che segnano però un arretramento superiore al 5% in quantità; decisamente meno soddisfacenti le vendite in Canada (+0,9% circa in valore, con un -10,5% in volume), malgrado il CETA.

A livello distrettuale, dove i dati Istat si riferiscono a calzature+componentistica, considerando le otto principali regioni esportatrici si registrano flessioni in valore per Campania e Marche (come già avvenuto l'anno precedente), invarianza per il Veneto e crescita per le altre.

Relativamente alle importazioni, condizionate dalla dinamica sfavorevole dei consumi interni, il 2019 si è chiuso con una diminuzione tendenziale del -0,7% in quantità e un +3,9% in valore (333,9 milioni di paia per 5,4 miliardi di euro, reimportazioni incluse). Il prezzo medio (16,06 euro/paio) è oltre tre volte inferiore a quello dei prodotti esportati. La Cina, da cui provengono 4 calzature su 10 in entrata, segna un lievissimo calo in volume (-0,3%), con un +9% in valore. Stesso trend (-0,3%) per il Vietnam, che cresce in valore di un più modesto 4%.

Il saldo commerciale del settore ha sfiorato a consuntivo i 5 miliardi, con un consolidamento non trascurabile sul 2018 (+10,9%). Il capitolo 64 ("Calzature e Parti") è al 9° posto per attivo tra i 99 capitoli merceologici di cui si compone la nomenclatura doganale.

I consumi interni hanno evidenziato l'ennesimo trend negativo. Se nel biennio precedente la flessione a consuntivo si era mantenuta sotto il punto percentuale, nel 2019 gli acquisti delle famiglie hanno fatto segnare – secondo il Fashion Consumer Panel di Sita Ricerca per Assocalzaturifici – arretramenti più marcati, chiudendo con un -3,2% in quantità e un -2,3% in spesa sul 2018. Prezzi medi in aumento contenuto (+0,9%), a testimonianza dell'attenzione sempre elevata al fattore prezzo (più della metà degli acquisti complessivi sono stati effettuati in saldo/svendita).

L'analisi per comparto mostra segni positivi unicamente per la voce sportive/sneakers, che registra nel complesso un +0,7% in quantità e un +1,5% in spesa sul 2018. Quella per canale evidenzia contrazioni non trascurabili per dettaglio tradizionale e ambulante e una sostanziale tenuta per le catene di negozi, confermando invece il trend di crescita per le vendite online.

Benché il settore presenti un'elevata propensione all'export (oltre l'85% di quanto prodotto nel nostro Paese viene venduto sui mercati esteri), la continua erosione dei consumi interni rappresenta una criticità rilevante, giacché comunque per le imprese nazionali l'Italia risulta il terzo mercato più importante per volumi destinati, dopo Francia e Germania, rivestendo un'importanza strategica.

I dati relativi al saldo nel numero di aziende attive (-179, tra industria e artigianato, pari al -4%) ed addetti (-790 unità) rispetto a fine 2018 – che diventano ancor più negativi considerando i produttori di componentistica – confermano, assieme all'impennata nel ricorso agli strumenti di integrazione salariale nell'area pelle (+28%), come il 2019 sia stato, per molti operatori, un anno non facile.