

Il settore calzaturiero italiano 2021

Tabella di sintesi e commento

tratti da:



L'INDUSTRIA CALZATURIERA ITALIANA "LINEAMENTI PRINCIPALI" 2021

Schede statistiche

A CURA DEL CENTRO STUDI
CONFINDUSTRIA  MODA

The Italian footwear industry 2021 - Highlights

A CURA DEL CENTRO STUDI
CONFINDUSTRIA  MODA



ASSOCALZATURIFICI

L'INDUSTRIA CALZATURIERA ITALIANA 2020/2021 – LINEAMENTI PRINCIPALI
THE ITALIAN FOOTWEAR INDUSTRY 2020/2021 – HIGHLIGHTS

DESCRIZIONE <i>Description</i>		2020	2021	VARIAZIONE % <i>Variation %</i>
Aziende <i>Companies</i>		4.152	3.981	-4,1
Addetti <i>Employees</i>		71.882	70.586	-1,8
PRODUZIONE <i>Production</i>	paia (milioni) / <i>pairs (millions)</i>	130,7	148,8	+13,8
	valore (milioni Euro) / <i>value (million €)</i>	6.081,02	7.119,55	+17,1
EXPORT	paia (milioni) / <i>pairs (millions)</i>	165,2	192,6	+16,6
	valore (milioni Euro) / <i>value (million €)</i>	8.738,60	10.280,85	+17,6
IMPORT	paia (milioni) / <i>pairs (millions)</i>	271,1	295,1	+8,9
	valore (milioni Euro) / <i>value (million €)</i>	4.492,07	5.132,76	+14,3
Saldo commerciale <i>Trade balance</i>	paia (milioni) / <i>pairs (millions)</i>	-105,9	-102,5	+3,2
	valore (milioni Euro) / <i>value (million €)</i>	4.246,52	5.148,09	+21,2
Produzione per l'interno <i>Production for domestic consumption</i>	paia (milioni) / <i>pairs (millions)</i>	18,7	21,1	+13,2
	valore (milioni Euro) / <i>value (million €)</i>	767,26	885,09	+15,4
Consumi interni <i>Domestic consumption</i>	paia (milioni) / <i>pairs (millions)</i>	142,7	162,3	+13,7
	valore (milioni Euro) / <i>value (million €)</i>	2.538,79	2.976,37	+17,2
Export/Produzione % <i>Exports/Production %</i>	paia / <i>pairs</i>	85,7	85,8	+0,1
	valore / <i>value</i>	87,4	87,6	+0,2
Import/Consumi % <i>Imports/Consumption %</i>	paia / <i>pairs</i>	86,9	87,0	+0,1
	valore / <i>value</i>	69,8	70,3	+0,7

Fonte: ISTAT, SITA RICERCA. Stime: Confindustria Moda per Assocalzaturifici.
Source: ISTAT, SITA RICERCA. Confindustria Moda estimates for Assocalzaturifici.

CENNI SULL'INDUSTRIA CALZATURIERA ITALIANA NEL 2021

L'accelerazione dell'export nel quarto trimestre ha permesso al calzaturiero di archiviare il 2021 mantenendo gli incrementi a doppia cifra che avevano caratterizzato la prima metà dell'anno.

Dopo il crollo del 2020, colpito dai mesi di lockdown e dalle restrizioni durante le due ondate pandemiche, il settore nel 2021 è ripartito, con un fisiologico rimbalzo nel secondo trimestre cui è seguito un recupero con intensità più contenuta.

Tutte le principali variabili mostrano, nei dati a consuntivo, incrementi non trascurabili sull'anno precedente, generalmente compresi tra il 10 e il 20%, a cominciare dalla produzione nazionale, attestatasi a 148,8 milioni di paia (18,1 milioni in più rispetto al 2020, +13,8%).

Il fatturato complessivo del comparto ha raggiunto i 12,7 miliardi di euro (era sceso a 10,7 miliardi nel 2020), ancora lontano però dai 14,3 miliardi del 2019. La ripresa è risultata a macchia di leopardo e spesso insufficiente nel ritmo, tanto che gran parte delle imprese non ha ancora raggiunto i ricavi antecedenti l'emergenza sanitaria. Se i grandi gruppi internazionali del lusso hanno ripreso a correre, trainando le vendite estere settoriali, tra le aziende piccole e medie molte non ce l'hanno fatta a superare lo shock della crisi (i dati camerati segnano nel 2021 un saldo negativo di -171 unità nel numero di calzaturifici attivi, pari al -4,1%, con la perdita di 1.296 posti di lavoro) e numerose sono quelle ancora in difficoltà. Lo dimostra il ricorso agli ammortizzatori sociali, rimasto su livelli eccezionalmente alti: nonostante un calo del -17,8% sul 2020, sono state autorizzate da INPS nella filiera pelle 68,2 milioni di ore di CIG, oltre 8 volte quelle del 2019.

Le imprese hanno dovuto inoltre affrontare il forte aumento dei prezzi delle materie prime, che ha caratterizzato tutto il 2021, e l'impennata dei costi energetici, elementi tuttora di forte attualità che erodono i margini delle aziende e mettono a rischio l'attività delle stesse.

Ancora una volta, nel 2021 i migliori risultati sono stati conseguiti dalle vendite sui mercati esteri, che si sono attestate, operazioni di pura commercializzazione incluse, a 192,6 milioni di paia (+16,6%) per 10,3 miliardi di euro (+17,6%). Un risultato, quest'ultimo, che ha permesso di eguagliare i valori 2019 (+0,1%) e che è stato conseguito, in primis, grazie alle performance brillanti realizzate dalle griffe internazionali, che in molti casi hanno già ampiamente superato i ricavi pre-pandemia. Lo testimonia l'andamento delle prime due destinazioni, Svizzera e Francia, legate ai flussi del terzismo per le multinazionali del lusso, che hanno superato dell'8,1% e del 2,5% i valori 2019. In volume, invece, il divario con l'export di due anni addietro è pari al -4,4%.

Quasi tutte le prime 20 destinazioni estere hanno evidenziato un trend positivo (generalmente con recuperi a due cifre, almeno in valore) rispetto al 2020. Tre le eccezioni: il Regno Unito (crollato dopo la Brexit, -23,3% in valore); la Corea del Sud (-4%), che ha rallentato dopo i continui incrementi degli ultimi anni (quadruplicata in valore tra 2011 e 2019, era cresciuta del +12,3% anche nel 2020, in piena pandemia), e il Giappone (-5,7%, malgrado l'accordo di partenariato con la UE in vigore dal febbraio 2019).

A livello di macroarea geografica, sia le esportazioni dirette a membri della UE27 che quelle oltre i confini dell'Unione mostrano crescita simili in volume sul 2020 (+16,9% e +16,1%), ma trend molto differenti rispetto alla situazione pre-pandemia: le vendite verso i partner della UE – dove sono dirette 6 calzature su 10 esportate dall'Italia – sono molto vicine alle quantità 2019 (-1%, con un +5% in valore), mentre quelle extra-UE presentano un gap attorno al -10% in volume, con un -3,5% in valore.

Nell'ambito delle vendite verso partner dell'Unione si segnala, accanto al dato confortante della Francia già citato, il riavvicinamento della Germania alle cifre 2019 (lontane ora in valore solo del -0,2%), malgrado ritmi di crescita nel 2021 non eclatanti (+12,8% in valore e +10,1% in paia). Un mercato, quello tedesco, da sempre tra i più importanti per le imprese calzaturiere italiane (attualmente quarto nella graduatoria in valore, e secondo in quantità). Polonia, Belgio e Grecia si distinguono invece per aver superato i livelli 2019, sia in valore che in paia.

L'analisi dei flussi diretti fuori dalla UE – minoritari in termini di volume ma che presentano prezzo medio più che doppio rispetto a quelli verso i mercati comunitari (coprono infatti oltre la metà del fatturato estero) – evidenzia anzitutto una dinamica decisamente sostenuta per gli Stati Uniti (+45,5% in valore e +64,5% nelle quantità, già superiori ora di quasi il 13% quelle del 2019) dopo il crollo del 2020.

Gli USA ad ottobre hanno annullato (dopo averla temporaneamente sospesa a giugno) la decisione di applicare il dazio aggiuntivo del 25% sull'importazione di alcuni beni di consumo in arrivo dall'Italia (tra cui abbigliamento, borse e calzature), nell'ambito delle dispute sulla digital tax. Risultati incoraggianti anche in Cina (+36% in valore sul 2020), conseguiti però in particolare dalle griffe del lusso: il prezzo medio, già decisamente elevato, è salito ulteriormente del +13,3%, a 163,41 euro/paio. Performance piuttosto vivaci negli Emirati Arabi (+42% in valore), che hanno superato del 10,5% i livelli 2019. Al contrario, dinamiche poco brillanti si sono registrate per la Russia, decimo mercato di sbocco, che dopo un avvio d'anno promettente, ha visto ridursi l'incremento sul 2020 ad un modesto +6,4% in valore, con un gap del 10% sul 2019 (e addirittura un -22% in volume). Sull'evoluzione futura in questo mercato, da sempre tra le principali destinazioni del Made in Italy, e nell'intera area dell'ex blocco sovietico gravano ora le pesanti incognite delle conseguenze del conflitto con l'Ucraina, esploso a fine febbraio 2022.

La disaggregazione per tipologia merceologica mostra incrementi significativi per le calzature realizzate con materiali non tradizionali (nell'ordine del +30% in valore le esportazioni di scarpe con tomaio in sintetico, tessuto o gomma) che risultano tutte aver già nettamente superato, sia in quantità che in valore, i livelli pre-Covid. Assolutamente parziale, invece, il recupero per le calzature in pelle che, con un +11% in valore sul 2020, sono del -10,6% al di sotto delle vendite 2019 (con un -18% in volume). Non brillano purtroppo le performance delle scarpe da passeggio in pelle (nel complesso +7,3% in valore, con un ancor più modesto +3,9% nelle paia), che presentano un gap con due anni addietro di circa il -17%.

L'import, sottotono per buona parte dell'anno, è ripartito da settembre, evidenziando a consuntivo un recupero del +8,9% in quantità (con una flessione però dell'1% per le scarpe in pelle, unico segmento merceologico con segno meno sul 2020) e un +14,3% in valore. Il divario in termini di volume col 2019 permane nell'ordine del -12%. A partire dai mesi estivi, balzo degli arrivi dalla Cina, che chiude l'anno con un +11% nelle paia rispetto al 2020.

Il saldo commerciale settoriale presenta nel 2021 un attivo pari a 5,15 miliardi di euro (+21,2%) e risulta in crescita anche nel confronto con due anni addietro (+4,9%): un contributo rilevante alla bilancia dei pagamenti nazionale.

Con riferimento al mercato interno, gli acquisti di calzature delle famiglie hanno registrato nel 2021 un recupero del +15,6% in spesa e del +12,1% in volume sull'anno precedente. In particolare, il quarto trimestre (in cui nel 2020 vigevano limitazioni negli spostamenti e alle aperture dei negozi nei centri commerciali, imposte durante la seconda ondata pandemica) ha fatto segnare incrementi sensibili (+29% in spesa e +22% in quantità).

Il divario con la situazione pre-pandemia del 2019 – già fortemente provata da un decennio di continue erosioni – è pari al -11% circa in spesa e al -7,4% in paia.

La disaggregazione per segmento merceologico evidenzia incrementi attorno al +16% in spesa sul 2020 per le calzature classiche per uomo e del +18% per quelle per donna; entrambe le voci, duramente colpite nel 2020 dal venir meno di molte occasioni d'uso, restano al di sotto di circa il -20% rispetto al pre-crisi; +14% per le scarpe da bambino; +16,3% per le sportive e le sneakers (che segnano un -4% sul 2019). Aumento contenuto, infine, per la pantofoleria (+6%), sufficiente comunque ad appianare il divario con il 2019 pre-Covid (+0,3%), visto il diffuso utilizzo durante la permanenza forzata nelle case nel 2020 e quindi la minor flessione negli acquisti subita.

L'analisi per canale di vendita mostra numerosi recuperi a doppia cifra sul 2020, ma gap di varia intensità nel raffronto col 2019: +34% circa in spesa il dettaglio tradizionale (ancora però al di sotto del -22% rispetto ai valori 2019); +35% gli ambulanti (-29% sul 2019); +23% sul 2020 le catene di negozi; nell'ordine del +10% i recuperi per i grandi magazzini, le grandi superfici specializzate e gli ipermercati. Unica eccezione le vendite online che, dopo il boom del 2020 spinto dal lockdown, hanno rallentato del -3,3% in valore, pur rimanendo al di sopra (+12,8%) dei livelli 2019.

Permane infine in forte sofferenza lo shopping legato al turismo straniero, sempre grandemente penalizzato.