

INDAGINI

LUCCA - PISTOIA - PRATO

Il segno più rimane ma l'entità del tasso di incremento si assottiglia pericolosamente: il manifatturiero dell'area Lucca-Pistoia-Prato segna nel quarto trimestre 2018 +1,7% rispetto allo stesso periodo del 2017, chiudendo un anno partito in sordina ma che poi sembrava decollato (incrementi dei primi tre trimestri rispettivamente +1,6%, +3,7% e +3,9%). Il non brillante risultato del quarto trimestre ha portato il risultato dell'anno 2018 a +2,7% rispetto al 2017. Le prestazioni migliori a livello di settore appartengono alla metalmeccanica, che conferma il proprio ruolo di traino con un tasso di crescita medio della produzione elevato anche nel quarto trimestre (+7,4% tendenziale), chiudendo l'anno a +8%. Il settore moda ha avuto un andamento diversificato, compreso fra la flessione del cuoio e calzature (-1,2% tendenziale) e la crescita dell'abbigliamento (+4%), in questo caso, però, con un forte rallentamento rispetto alla parte centrale dell'anno; la moda ha chiuso l'anno a +1,9% sul 2017.

SETTORE IMMOBILIARE: PROP TECH

Tra il 2011 e il 2017, le società di venture capital hanno investito 9 miliardi di dollari in società PropTech. Queste nuove società, insieme alle istituzioni finanziarie all'avanguardia, apporteranno un cambiamento positivo nell'esperienza del cliente nel settore immobiliare. La piena connessione di tutti gli attori all'interno del settore PropTech faciliterà il processo di innovazione e collaborazione. Secondo un recente studio del Politecnico di Milano, il termine PropTech, crasi delle parole Property and Technology, è cresciuto in modo significativo in termini di volumi di ricerca di Google, balzando nel 2016. È in quegli anni che il fenomeno sembra esplodere a livello mondiale, con picchi di popolarità a Singapore, nel Regno Unito, in Svizzera. I volumi a livello italiano sono decisamente più contenuti. Walliance è stato il primo portale di crowdfunding azionario interamente dedicato alle economie immobiliari e che si è immediatamente posto l'obiettivo di portare innovazione in un settore originariamente legato al passato.

CONSUMO DI VIDEOGIOCHI

Sedici milioni di italiani giocano ai videogiochi e l'anno scorso hanno speso qualcosa come 1,7 miliardi di euro. In base ai nuovi dati presentati da Aesvi, l'associazione che rappresenta l'industria dei videogiochi nel nostro Paese, l'Italia si conferma una nazione-ludica che "mangia" tanto videogioco ma di suo ne produce pochissimo. La crescita del giro d'affari del 18% rispetto al 2017 si confronta con una industria di sviluppatori italiani in grado di generare un valore di 60 milioni di euro, 28 volte in meno del fatturato complessivo di console, pc e smartphone. Le console e i videogiochi in formato fisico realizzano rispettivamente un fatturato di 426 milioni di euro e 1,3 miliardi di euro nel 2018 è merito del mercato digitale, comprensivo di digital download su console e PC e di app, il segmento in più forte espansione, con un fatturato pari a 548 milioni di euro e una crescita, significativa, dell'86,6%.

I DOMINI ITALIANI

I domini italiani iscritti all'anagrafe di Registro.it sono triplicati nel giro di un decennio, raggiungendo la somma di tre milioni. Lo ha reso noto Domenico Laforenza, responsabile del Registro e direttore dello Iit-Cnr, che ha tracciato un consuntivo dei dieci anni alla guida dell'anagrafe dei siti con estensione ".it", in occasione del meeting annuale dell'organizzazione. Laforenza ha spiegato che nel 2008 l'Istituto di informatica e telematica del Cnr di Pisa, dove ha sede e opera il Registro, contava 151 addetti, mentre oggi ne include 208.

LA MUSICA ITALIANA

Il Global Music Report 2019 della Iipi ha registrato, nel 2018, una ripresa del mercato discografico italiano con un aumento del 2,6% e 228 milioni di fatturato. Il segmento dello streaming guida la crescita, rappresentando quasi la metà del mercato (41%). Crescono i servizi in abbonamento premium streaming, che segnano +55,4% rispetto all'anno precedente, mentre tra il 2013 e il 2018 il digitale è passa-

to dal ricoprire il 32% del mercato (fisico + digitale) al 63%. Positivo anche il bilancio dei diritti di performance (+2,9%) e delle sincronizzazioni (+7,9%). Ma il mercato italiano presenta anche una caratteristica a parte: le vendite di musica "fisica" mantengono solide posizioni e restano tra le più forti a livello internazionale posizionandosi al settimo posto.

INFLUENCER MARKETING

Nel 2018 il business intorno all'influencer marketing è cresciuto del 250% rispetto al 2017. A sostenerlo sono gli analisti di AJ-Com.Net. Chiara Ferragni su Instagram ha 16,2 milioni di follower, la pop star Selena Gomez ne somma addirittura 147 milioni. E non sono solo numeri, ma persone in carne ed ossa che seguono altre persone su Facebook, Twitter, Youtube e più di tutti Instagram. Nel settore del beauty e del fashion il 60% delle aziende ha già implementato una strategia di influencer marketing ed un altro 20% ha intenzione di farlo durante il 2019. La domanda di influencer, insomma, è in crescita. Anche perché il 30% delle persone che acquista un prodotto online, lo fa dopo aver visto un influencer usarlo su Instagram.

WHITE ECONOMY

Nell'ultimo anno, secondo un'analisi effettuata da BAngels (www.bangel.it) su dati Energy Efficiency Report 2018, Energy&Strategy, Politecnico di Milano, Clean Energy Investment Trends 2017 e Bloomberg, il mercato dell'efficienza energetica e delle rinnovabili (white economy) vale in totale in Italia 9,2 miliardi di euro, confermandosi al top tra i Paesi le cui aziende prestano maggior attenzione al rispetto dell'ambiente, con investimenti in tecnologie che nel 2018 sono ulteriormente aumentati. Gli investimenti realizzati dalle imprese industriali italiane per la protezione dell'ambiente sono risultati pari a 1.504 milioni di euro, segnando una crescita del 7% rispetto al 2015.

L'EXPORT MODENESE

Ripartono le esportazioni modenesi nel quarto trimestre del 2018: passano infatti da 3.082 milioni nel terzo trimestre a 3.317 milioni nel quarto trimestre dell'anno, raggiungendo quasi il valore massimo toccato nel secondo trimestre del 2018. La corrispondente variazione congiunturale diviene pari a +7,6%, la più alta dal 2016. Anche l'intero dato annuale risulta positivo, con un valore assoluto pari a 12.956 milioni di euro, il più alto dal 2008 ad oggi. Andamento variegato per i settori economici modenesi, infatti alcuni registrano andamenti molto positivi, come le "macchine e apparecchi meccanici" (+8,3%) che raggiunge da solo quasi il 30% delle esportazioni totali modenesi. Segue il biomedicale (+5,6%) e l'agroalimentare (+3,8%) la cui crescita non conosce pausa da parecchi trimestri. Più in difficoltà invece il tessile-abbigliamento (-10,8%), in sofferenza già da alcuni trimestri e che quest'anno è sceso al disotto del 5% dell'export provinciale, un po' in calo anche il ceramico (-2,9%) e i mezzi di trasporto (-1,9%).

INDUSTRIA DEL MOBILE

L'industria del mobile gioca un ruolo fondamentale nell'economia italiana. Essa infatti conta circa 18.600 imprese che occupano oltre 130.000 addetti e fatturano quasi 23 miliardi di euro. Non è un caso quindi se con 7,6 miliardi di euro nel 2018 l'industria del mobile è il quarto settore per avanzo commerciale. Inoltre, l'Italia con il 10,4% si posiziona al terzo posto al mondo per quote di mercato nell'alta gamma. Poco distanti la Cina con il 10,9% e la Germania con il 13,9%. Fattore positivo il mercato dell'export che ha fatto segnare un aumento del 2,7%, ma esso da solo non basta.

EXPORT MACCHINE UTENSILI

Cinquanta imprese italiane costruttrici di macchine utensili, robot e automazione hanno partecipato al Cimt 2019, fiera dedicata al settore a Pechino. L'industria italiana costruttrice di macchine utensili e robot nel 2018 ha superato i 9 miliardi di euro di fatturato. Nello stesso anno le esportazioni di 'made by italians' in Cina si sono attestate a 340 milioni di euro, pari al 10% del totale esportato. La Cina è infatti il terzo mercato di sbocco dell'offerta italiana di settore. Il paese asiatico rappresenta un'area dalle enormi

potenzialità per i costruttori italiani di macchine utensili che lo considerano non un semplice mercato di destinazione della propria produzione, quanto un partner con cui dialogare e collaborare.

VENDITE A DOMICILIO: COSMETICI

Nel 2018 le vendite a domicilio di cosmetici hanno fatturato 291 milioni di euro, pari al 4,6% delle vendite di cosmetici in Italia, che ammontano a 6 miliardi 350 milioni di euro. La consulenza personalizzata e la capacità di trasformare il momento dell'acquisto in un vero e proprio evento, rilassato e conviviale, sono gli elementi che contraddistinguono la vendita a domicilio rispetto agli altri canali. Il settore bellezza e cura del corpo rappresenta il 17,5% del fatturato totale delle aziende di Univendita, che nel corso del 2019 lanceranno numerosi prodotti e iniziative.

COMPARTO METALMECCANICO

Nel comparto metalmeccanico la produzione industriale nella parte finale del 2018 evidenzia un significativo peggioramento dopo tre trimestri caratterizzati da una fase di sostanziale stagnazione. Federmeccanica presenta la 149ª edizione dell'indagine congiunturale sull'industria metalmeccanica che, in particolare nel periodo ottobre-dicembre 2018 mostra che l'attività metalmeccanica ha registrato una caduta dell'1% rispetto al trimestre estivo e una variazione tendenziale ridotta al +0,8% dopo un primo semestre dell'anno che evidenziava ancora tassi di crescita oscillanti intorno ai 4,5 punti percentuali.

PRIMO TRIMESTRE PER IL PIEMONTE

Confindustria Piemonte illustra i dati dell'indagine relativa al primo trimestre 2019, realizzata nell'ambito della collaudata collaborazione tra Confindustria Piemonte, Unioncamere Piemonte, Intesa Sanpaolo e UniCredit per il monitoraggio della congiuntura economica piemontese. La rilevazione segnala un ulteriore, marcato raffreddamento del clima di fiducia dell'industria; per il terzo trimestre consecutivo le attese su produzione, ordini e occupazione peggiorano e i saldi ottimisti-pessimisti su produzione e ordini ritornano su valori negativi dopo 15 trimestri. Nel comparto dei servizi, al contrario, il clima di fiducia rimane espansivo, con indicatori attestati su valori positivi e in linea con quelli dei trimestri scorsi. Con ogni probabilità, la asincronia tra i due comparti è dovuta alla diversa struttura temporale del carnet ordini: nel caso dei servizi, infatti, un terzo delle imprese ha ordini per oltre 6 mesi, mentre nell'industria gli ordini sono generalmente a più breve periodo.

MARCHE: EXPORT CALZATURIERO

Nel 2018, l'export del settore calzaturiero marchigiano, continua la sua contrazione (-5,7%), con 1.742 milioni di Euro. In crescita le principali destinazioni: Germania (+48%), Francia (+4,8%) e Russia (-1,9%). Consistente contrazione per il settore nel 2018, verso gli Stati Uniti (-19,5%) e Cina (-13,2%). A livello nazionale le Marche si posizionano al 4º posto con una quota del 9% sull'export totale.

COMO PRODUZIONE

MANIFATTURIERA ARTIGIANA

La produzione manifatturiera artigiana della provincia ha fatto registrare nel quarto trimestre 2018 un incremento su base tendenziale del +2,8%. La crescita del comparto appare robusta, consolidata e dura ormai da più di due anni. La performance è rilevante anche nei confronti della media regionale (+1,4%), contrariamente a quanto registrato per le imprese "cugine" industriali per le quali il confronto con il resto della Lombardia è risultato penalizzante.