

# La **CONCERIA** italiana naviga (ancora) verso il **PRE-COVID**. Ma il settore è in **FERMENTO**

**Secondo lo studio Pambianco, nel 2022 i principali gruppi italiani hanno visto significativi incrementi di ricavi, soprattutto nel caso di coloro che lavorano per le maison internazionali. Continuano le acquisizioni dei big.**

di Milena Bello

**U**n anno a due facce. Si può definire così il 2022 del settore conciario che ha visto un avvio in netta crescita e una seconda metà contraddistinta da un deciso rallentamento. Dopo l'euforia del periodo post pandemico che ha consentito di mettere a segno importanti crescite nel turnover del settore conciario sulla scia della netta ripresa della domanda di beni di lusso, ora il trend nella conca, come peraltro anche negli altri settori merceologici legati al mondo della moda in senso allargato, sta lasciando il posto ad ritorno ai ritmi di crescita 'normali'. A questo si aggiungono anche altri elementi esogeni che hanno avuto una forte influenza sul trend. Come sottolinea l'ultima edizione disponibile di Market Insights, l'analisi elaborata dall'ufficio studi di **Lineapelle**, la manifestazione di riferimento del settore conciario il cui prossimo appuntamento si terrà il prossimo 19 settembre, "le cause di tale raffreddamento appaiono esogene alla filiera pelli e vanno principalmente ricercate nelle conseguenze economiche del conflitto russo-ucraino e delle misure sanitarie cinesi (aumenti materie prime, inflazione, calo del potere d'acquisto, riduzione dei consumi...)". Di conseguenza, a livello congiunturale, il 2022 per la conca italiana si è chiuso con un aumento del 9,6% a 4,6 miliardi di ricavi secondo i dati presentati lo scorso giugno da **Unic-Concerie italiane**, l'associazione di settore. "Alla fine - sottolinea **Fabrizio Nuti**, presidente di Unic -, siamo complessivamente riusciti, come settore, a limitare i danni, chiudendo l'anno con una sostanziale stabilità dei volumi di produzione e una crescita del valore complessivo di poco inferiore al 10%. Non siamo quindi (ancora) riusciti a ritornare ai livelli pre-Covid". Inoltre, il rallentamento della seconda metà dell'anno va letto anche in funzione del calo di alcuni settori merceologici, a partire dall'arredamento, che nel post-Covid era stato determinante, compensando le difficoltà della calzatura e dell'automotive.



In alto, un'immagine della conceria Faeda; sopra, un momento della produzione del Gruppo Mastrotto (Courtesy of Gruppo Mastrotto)

### LA SPINTA DEL LUSSO

Sebbene a livello congiunturale il trend sia quello tratteggiato dal presidente di Unic, guardando alle singole realtà il panorama è molto più eterogeneo. La fotografia arriva dai dati raccolti da *Pambianco* sui fatturati 2022 delle principali realtà del mondo della concia. L'analisi ha riscontrato risultati tendenzialmente positivi e in alcuni casi anche ben superiori ai dati pre pandemici, grazie alla spinta del lusso. Lo studio ha preso in considerazione i bilanci depositati relativi all'ultimo esercizio fiscale e, per questo motivo, prende in considerazione un panel selezionato di aziende del settore. Al vertice della classifica troviamo il **Gruppo Mastrotto** con 375 milioni di euro, in crescita del 13% rispetto al 2021, proseguendo così il percorso di consolidamento dei ricavi dopo il biennio pandemico. Il gruppo, che dispone di 15 stabilimenti, 11 in Italia e quattro all'estero (Brasile, Indonesia, Messico e Tunisia), produce per tutti i principali settori di applicazione: pelletteria, calzatura, automotive, arredamento, abbigliamento, nautica e aviazione. Segue in seconda posizione **Conceria Pasubio**, produttore di pelli per il settore auto (il gruppo nel 2019 deteneva una quota di mercato del 10,9% per la pelle automobilistica di alta qualità a livello globale, prima dell'acquisizione di **Hewa**), con 350 milioni di euro di turnover, in crescita del 9% rispetto al 2021 grazie alla tenuta della domanda del settore auto di lusso. Secondo quanto precisa il bilancio del gruppo, "i ricavi netti del Gruppo Pasubio, nonostante l'andamento del mercato, evidenziano un andamento generale aumento dell'8,7% e nel business lusso e premium rispettivamente del 9,0% e del 25,1 per cento".

Terza posizione per **Rino Mastrotto Group** che nel 2022 è cresciuto del 9% a 344 milioni di euro. Il gruppo controllato da **NB Renaissance** nel 2022 ha annunciato sottoscrizione di un accordo vincolante finalizzato all'acquisizione della maggioranza di **Tessitura Oreste Mariani**, estendendo così il suo raggio d'azione anche ai tessuti.

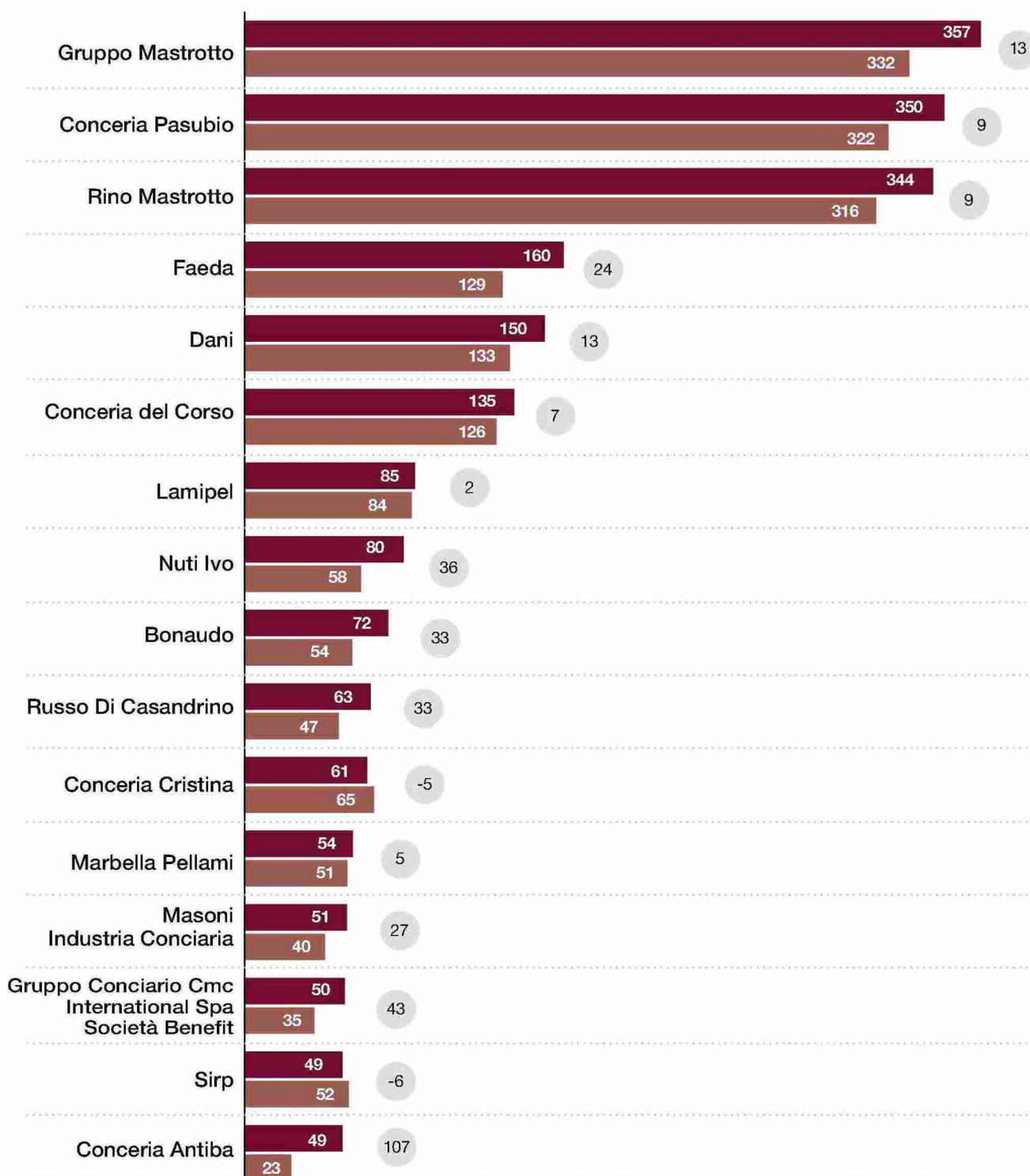
### CONTINUANO I RISIKO DELLE M&A

Nella classifica spiccano i risultati di alcuni player che, non a caso, sono stati anche protagonisti di alcune importanti operazioni di acquisizione da parte dei big del lusso. È il caso del gruppo **Nuti Ivo** di Santa croce sull'Arno (Pisa) che ha archiviato il 2022 con ricavi a 80 milioni di euro rispetto ai 58 milioni del 2021 (+36%), superando i risultati pre pandemici del 2019. A fine maggio l'azienda è passata sotto il controllo di **Lvmh Métiers d'art**, la divisione del colosso che raggruppa e investe nel talento di produttori e artigiani. Un'operazione che segue quella condotta a fine 2019, sempre da **Métiers d'art** ma in questo caso per una quota di minoranza, sulla conceria **Masoni** di Santa croce sull'Arno, azienda anch'essa presente in classifica con quasi 52 milioni di euro di ricavi (+27%).

Il tema è quello del controllo della filiera da parte dei big del lusso: sono diverse le piccole aziende del settore controllate dai giganti del segmento luxury come **Chanel**, **Hermès** ma anche **Gucci**. Ma di fronte ad un mondo sempre più polarizzato e di fronte anche alla necessità di avere alle spalle una struttura sempre più articolata ci sono anche aziende che stanno sperimentando alleanze tra di loro. È il caso della nuova alleanza conciaria nata lo scorso luglio, un progetto che ha visto protagonisti **Tanneries Haas** di proprietà di Chanel, il gruppo toscano specializzato nel vegetale **Gruppo Volpi** e il grezista italiano **Campelli** che danno vita a una joint venture denominata **Volfoni**.

Che la conceria sia un asset strategico per le aziende lo conferma anche il caso della conceria **Zuma** (36 milioni di euro), specializzata nella produzione di pellami pregiati, in particolar modo del coccodrillo, che è passata sotto l'egida del polo terzista **Minerva hub**. A fine 2022 Zuma a sua volta ha acquisito **Conceria Centorettili**.

## Il 2022 della concerta italiana



Valori in milioni di euro  
Fonte: Pambianco

■ Fatturato 2022

■ Fatturato 2021

● Variaz. %