

Il settore della pelletteria italiana nel primo trimestre 2026

Nota congiunturale elaborata dal Centro Studi



Pelletteria: è proseguita in avvio di 2026 la fase riflessiva che aveva caratterizzato l'intero 2025, con nuove contrazioni in buona parte degli indicatori settoriali. Nei primi 3 mesi, in diminuzione del -3,5% il fatturato, frenato sia dal calo della domanda estera (-3,7%) che dallo scarso dinamismo sul versante interno (-1,2% le vendite al dettaglio in Italia). La produzione industriale, nonostante un debole recupero su gennaio-aprile 2025 (+3,1% secondo l'indice Istat) resta su livelli largamente insoddisfacenti, ancora molto al di sotto (-28,1%) del primo quadrimestre di due anni addietro (2024). L'export, come già lo scorso anno, è stato penalizzato dalle riduzioni registrate nel Far East (-4,5% in valore nell'insieme), cui è diretto 1/3 dei flussi in uscita dall'Italia, e nella CSI (-19,1% per la Russia); a queste si sono aggiunti i primi pesanti effetti della crisi in Medio Oriente: le vendite nell'area, già in deciso rallentamento nei primi 2 mesi, sono crollate in marzo (-72% sullo stesso mese del 2025). Bene invece gli USA (+7,5% sui primi 3 mesi 2025), mentre tengono i mercati comunitari (+0,6%). Tra le tipologie, sostanzialmente stabili borse (-0,2%) e valigeria (+0,7%); male piccola pelletteria e cinture. Invariato il saldo commerciale, ma solo grazie al -9,9% del valore delle merci importate. A fine marzo saldi negativi nel numero di imprese attive (-74 sullo scorso dicembre, con flessioni generalizzate nei principali distretti) e nella forza lavoro (-595 addetti). In calo il ricorso alla cassa integrazione guadagni (-40,4% le ore autorizzate da INPS nella filiera pelle) ma l'ammontare attuale di ore (6,2 milioni) è il triplo di quello evidenziato nel primo trimestre 2019 pre-Covid. Improntate alla cautela (e purtroppo al pessimismo) le previsioni degli imprenditori relative al breve periodo, stante soprattutto l'incertezza legata agli sviluppi e all'impatto economico della crisi in Medio Oriente – la cui evoluzione è legata al rispetto del memorandum di intesa da poco siglato da USA e Iran – e del conflitto russo-ucraino. Timori per l'aumento dei costi energetici e delle materie prime.

Archiviato il 2025 con arretramenti nelle principali variabili (seppur meno severi rispetto al consuntivo 2024) che non hanno risparmiato neppure le griffe e la fascia lusso, il primo trimestre dell'anno è iniziato per il settore della pelletteria italiana ancora a rilento. Un risultato largamente previsto dagli operatori, stante l'assenza di miglioramenti di rilievo nello scenario geopolitico e macroeconomico internazionale, che ha registrato, al contrario, a fine febbraio, un nuovo inatteso shock con la violenta escalation della crisi in Medio Oriente.

I dati raccolti ed elaborati dal Centro Studi di Confindustria Accessori Moda per Assopellettieri descrivono il proseguimento di una fase non facile per quello che nel 2025 si è confermato comunque – con quasi 11,4 miliardi di fatturato, di cui 9,7 dall'export e un contributo rilevante alla bilancia dei pagamenti nazionale (6,1 miliardi di surplus) – uno dei comparti di punta del Sistema Moda.

I ricavi realizzati dalle aziende nel primo trimestre hanno risentito sia della dinamica tutt'altro che brillante delle vendite estere (soprattutto sui mercati extra-UE) che della ennesima erosione palesata dai consumi interni.

Cominciando dall'**export**, che da sempre costituisce il traino dello sviluppo settoriale, nei primi 3 mesi sono stati venduti oltreconfine articoli di pelletteria per 2,35 miliardi di euro, operazioni di pura commercializzazione incluse, con una diminuzione del -3,7% rispetto allo stesso periodo del 2025 (corrispondente a 90,8 milioni di euro in meno), accompagnata da un ben più marcato -12,4% in termini di volumi (KG). Il prezzo medio, dopo il trend al ribasso che aveva contraddistinto l'ultimo triennio, ha ripreso a salire (+9,9%), attestandosi a poco meno di 160 euro/KG.

Il dettaglio per area di destinazione mostra la tenuta del valore delle vendite verso i membri dell'Unione Europea (+0,6% su gennaio-marzo 2025), a fronte di una riduzione negli sbocchi extra-UE (-6,1%).

Tra i primi, la Francia (+1,9%) si conferma leader assoluto tra le destinazioni del comparto, grazie anche ai consolidati rapporti produttivi con le imprese italiane; la Germania mostra sì una tenuta in valore (-0,4%) ma accompagnata da una frenata significativa in termini di KG, che le costa il primo posto (a favore proprio della Francia) nella classifica dei clienti per quantità. Torna a crescere la Spagna (+5,7% in valore), mentre si ridimensionano nuovamente i flussi verso la Polonia (-23%).

Tradizionalmente caratterizzati da un prezzo medio decisamente più elevato, più che triplo di quello conseguito sui mercati UE, gli sbocchi extra-UE assorbono oltre il 60% dell'export in valore (pur coprendo in KG solo 1/3 del totale); contrariamente alle vendite intra-UE – che risultano largamente al di sopra dei livelli pre-Covid – presentano ancora un gap considerevole con gli analoghi mesi 2019 (-26% in valore e -35,5% nei KG).

Tra le destinazioni fuori dall'Unione, poche le indicazioni favorevoli. Prosegue la fase di contrazione strutturale nel Far East (-4,5% in valore globalmente, con cali del -9,2% in Giappone e del -7,2% in Sud Corea), legata alla crisi del modello di lusso aspirazionale (e alla ridefinizione del concetto stesso di lusso) che ha portato ad un radicale cambio nelle abitudini di consumo.

Male anche i paesi dell'ex blocco sovietico (-15,4%, con un -19,1% per la Russia), fortemente penalizzati dal conflitto russo-ucraino in corso da oltre 4 anni.

Dati allarmanti, come comprensibile, per i mercati del Medio Oriente: dopo la notevole espansione negli anni post pandemia, il forte rallentamento già in atto nel primo bimestre (-35%) ha subito con l'avvio delle ostilità a fine febbraio un immediato e severo peggioramento. In marzo l'export nell'area ha infatti evidenziato un -72%, che ha portato il cumulato dei primi 3 mesi ad un -45,3%.

Interpellati in merito a quali conseguenze derivanti dal conflitto temessero di più per la propria attività, l'80% del campione di associati ad Assopellettieri ha indicato l'aumento dei costi energetici, seguito a ruota dai rincari nei costi di trasporto/assicurazione (75%) e nelle materie prime (70%). Preoccupazione anche per le conseguenze dirette sui comportamenti di acquisto: in primis per l'impatto sullo shopping dei turisti mediorientali (60%) e poi per il calo degli ordini dall'area (35%) e per il deterioramento della fiducia dei consumatori mondiali (25%).

Per gli USA, invece, ha trovato conferma l'andamento positivo che – nonostante l'imposizione dei dazi aggiuntivi voluti dalla Presidenza Trump sulle merci in ingresso e la forte incertezza che hanno generato nel corso dei mesi – aveva caratterizzato il 2025 (chiuso con un +6,5% a consuntivo sul 2024). Da gennaio a marzo 2026 si è registrata un'ulteriore crescita tendenziale del +7,5% in valore, malgrado una sostanziale stabilità nei volumi (-0,6% in KG). Vedremo se, e in che misura, gli eventi di febbraio scorso – vale a dire la sentenza della Corte Suprema americana che ha dichiarato illegali i dazi imposti (aprendo la strada ai ricorsi delle aziende) e l'immediata contromossa della Casa Bianca (un nuovo dazio supplementare del 10% fondato su una diversa base giuridica) influenzeranno il comportamento dei buyer. A marzo, intanto, il trend è stato premiante (+13,8% sullo stesso mese del 2025).

Con riferimento alla problematica "dazi", tra i rispondenti alla nostra indagine campionaria che esportano negli USA più della metà (53,3%) ha segnalato di aver avuto problemi nella gestione del magazzino e/o nelle consegne ai clienti statunitensi legati alle tariffe aggiuntive.

Dazi che hanno spinto molti imprenditori (46,7%) a cercare di ridurre la dipendenza dal mercato USA intensificando i tentativi di diversificazione verso sbocchi alternativi.

Dopo il crollo degli anni recenti, si attenua decisamente la frenata della Svizzera (-1,9%), tradizionale sede degli hub distributivi delle multinazionali del lusso.

Si registra un arretramento a due cifre, come già a consuntivo 2025, per il Regno Unito (-11,1%), mentre la Turchia (-5,3%) interrompe la sua striscia di crescita.

Dal punto di vista merceologico, se in termini di KG sia l'export di prodotti in pelle che quello di beni realizzati in altri materiali presentano un trend analogo (entrambi in calo superiore al 10%), in termini di valore le dinamiche risultano opposte: mentre quelli in pelle sono scesi del -6,9%, gli articoli in succedaneo (i soli, peraltro, largamente al di sopra dei livelli 2019) mostrano un confortante +4%.

Le vendite estere delle borse – che rappresentano di gran lunga la tipologia più richiesta (1,7 miliardi di euro nel primo trimestre, pari a quasi il 72% del totale export) – sono pressoché stabili (-0,2% nel complesso, malgrado il -3% di quelle realizzate in pelle), come pure quelle della valigeria (+0,7%). Male, invece, la piccola pelletteria (portafogli, borsellini, portachiavi e oggetti da tasca o borsetta: -12,7% in valore) e le cinture (-11,7%).

Dopo il +4,2% conseguito nel 2025 a consuntivo, l'**import** nel primo trimestre si è contratto del -9,9% in valore, pur rimanendo stabile nei KG. Oltre il 90% delle quantità introdotte in Italia (in termini di KG) è costituito da articoli realizzati in materiali alternativi alla pelle. La Cina si è confermata di gran lunga il primo fornitore (coprendo il 60% dei KG delle merci in ingresso), con un incremento del +3,2% in quantità accompagnato da un calo del -10,7% in valore e una conseguente diminuzione (-13,5%) del prezzo medio al KG: 10,14 euro, uno dei più bassi (superato solo da quello delle merci in arrivo dal Vietnam) tra i principali fornitori.

L'effetto combinato delle cifre di import ed export ha generato nei primi 3 mesi un surplus del **saldo commerciale** pari a 1,52 miliardi di euro, praticamente invariato (grazie alla flessione non trascurabile del valore delle merci in entrata) a confronto con la prima frazione del 2025.

Passando invece alle vendite realizzate sul territorio nazionale, le performance delle aziende sono state penalizzate da dinamiche della domanda tutt'altro che espansive. L'indice Istat del valore delle vendite del **commercio al dettaglio in Italia** (riferito a "pelletteria + calzature") mostra una contrazione tendenziale dell'1,2% nei primi tre mesi, restando inferiore del 6,8% rispetto ai livelli (già insoddisfacenti) del 2019 pre-Covid. Questo andamento riflette la persistente debolezza della domanda interna, condizionata dall'erosione del potere d'acquisto e da un atteggiamento fortemente riflessivo da parte dei consumatori. La propensione alla spesa nel *fashion retail* rimane polarizzata: da un lato si assiste a una ricerca esasperata di sconti e promozioni, dall'altro emerge una drastica riduzione degli acquisti d'impulso, che zavorra i volumi di vendita e rallenta la ripresa del mercato nazionale.

Le uniche notizie positive provengono, ancora una volta, dai **turisti stranieri**, che secondo le elaborazioni della Banca d'Italia, avrebbero realizzato da gennaio a marzo un aumento della spesa complessiva nel nostro Paese di circa il +5,4% sullo stesso periodo dello scorso anno, malgrado un lieve ripiegamento in marzo.

Le flessioni della domanda, interna ma soprattutto internazionale, hanno ovviamente impattato sul fatturato delle imprese, che per l'undicesimo trimestre consecutivo (ovvero dall'interruzione, nella terza frazione 2023, del rimbalzo post pandemia) hanno evidenziato un trend negativo. La consueta rilevazione condotta tra aprile e maggio su un campione di pelletterie associate stima un arretramento del **fatturato** nei primi 3 mesi pari al -3,5%, con esattamente la metà delle realtà contattate che hanno conseguito ricavi più bassi rispetto a quelli realizzati nei medesimi mesi 2025: una quota molto vicina a quella (48%) di aziende in calo nell'ultima frazione 2025, a conferma dell'assenza di miglioramenti significativi nella congiuntura in avvio 2026. La restante metà del panel appare equamente suddivisa tra indicazioni di stabilità e segnalazioni di crescita.

Richiesti di una valutazione sul secondo trimestre, in corso al momento della compilazione dell'indagine, gli imprenditori si sono dimostrati piuttosto pessimisti.

Un atteggiamento comprensibile, alla luce dell'avvio a fine febbraio dell'azione militare coordinata USA-Israel contro obiettivi iraniani e delle inevitabili conseguenze che i nuovi eventi bellici avranno sull'economia mondiale. Solo il 10% ha giudicato l'evoluzione congiunturale in miglioramento sulla frazione antecedente; il 55% l'ha ritenuta stabile, mentre il 35% del panel in peggioramento.

Coerentemente con queste valutazioni, le previsioni inerenti al fatturato del secondo trimestre rispetto all'analogo periodo 2025 si mantengono ancora negativamente intonate (nell'ordine del -2%). La stima all'interno del campione, leggermente meno marcata paragonata alla variazione del -3,5% della prima frazione, è legata alla ponderazione delle singole risposte con le dimensioni aziendali e non è dovuta, purtroppo, a un minor numero di aziende dichiaranti un calo (cresciuto, al contrario, di 5 punti percentuali, al 55%).

I risultati conseguiti nei primi 3 mesi, assieme alle previsioni per i 3 successivi, portano a stimare per il primo semestre 2026 una diminuzione tendenziale dei ricavi del -2,8% per le aziende del panel.

Elementi poco rassicuranti emergono anche dalle indicazioni relative ai ritmi produttivi attuali.

L'indice Istat della **produzione industriale** riferito alla voce Ateco 1512 della fabbricazione di articoli di pelletteria, già disponibile per i primi 4 mesi dell'anno, pur registrando una risalita del +3,1% su gennaio-aprile 2025 risulta inferiore di un sensibile -28,1% a confronto con il primo quadrimestre di due anni addietro (2024), a causa del pesante arretramento subito lo scorso anno. Ciò indica dunque livelli di produzione tuttora decisamente sottotono. Il percorso verso il pieno recupero dei volumi storici è ancora lungo e complesso; ad aprile, peraltro, l'indice è tornato a contrarsi (-12,1%).

Confermando le dinamiche dei trimestri precedenti, a fine marzo le cifre concernenti la demografia delle imprese e il mercato del lavoro mostrano saldi negativi sul consuntivo 2025.

Le elaborazioni effettuate da Confindustria Accessori Moda su dati Infocamere-Movimprese stimano la presenza sul territorio nazionale di 4.223 **imprese**, tra industria e artigianato, 74 in meno rispetto a tre mesi prima (pari al -1,7%). Circa la metà (2.107) sono concentrate in Toscana. Tutte le principali regioni a vocazione pellettiera evidenziano nei primi 3 mesi 2026 delle flessioni: in Campania (-40 unità) e in Toscana (-16) le più rilevanti in termini assoluti.

Più disomogenea la situazione relativamente alla **forza lavoro**. Se i dati camerale indicano a fine marzo una contrazione complessiva pari a -595 lavoratori rispetto a dicembre (-1,3%), che porta il numero degli occupati totali a 46.803, Veneto e Lazio appaiono in controtendenza (nell'ordine: +57 e +5 addetti). Invariato il numero in Emilia-Romagna; le altre principali aree presentano invece dei cali, in primis la Toscana (che assorbe il 52% del totale Italia), in cui si contano 459 lavoratori in meno (-1,9%).

Simili tra loro le perdite riscontrate in Campania (-88 addetti, pari al -1,6%) e Lombardia (-90, pari al -1,7%), seconda e terza regione per occupati.

Il ricorso agli strumenti di integrazione salariale tra le imprese della filiera pelle (aggregato che comprende, oltre alle pelletterie, le realtà calzaturiere e quelle conciarie) denota un forte rallentamento in confronto alla prima frazione 2025 (-40,4%), con riduzioni consistenti sia per la CIG ordinaria (-35,2%), che per la componente straordinaria (-47,1%).

Nei primi 3 mesi 2026 sono state autorizzate da INPS globalmente 6,2 milioni di ore di **cassa integrazione guadagni**. Va però considerato che i 10,5 milioni di ore di gennaio-marzo 2025 rappresentavano un picco eccezionale, secondo solo a quello del primo trimestre 2021, in piena pandemia. Il ricorso attuale rimane quindi – a dispetto della flessione significativa – ragguardevole: l'ammontare delle ore risulta più del triplo rispetto a quelle concesse nei primi 3 mesi del 2019 pre-pandemia (+215,3%) e in linea con le autorizzazioni dei tre trimestri 2025 immediatamente precedenti (tutte comprese tra i 6 e i 7 milioni di ore), a testimonianza di ritmi di attività che, se non più emergenziali, sono tuttora notevolmente deboli.

Dal punto di vista geografico, tutte le prime 7 regioni per numero di addetti dell'area pelle mostrano un calo della CIG sui 3 mesi iniziali dello scorso anno, in molti casi (come ad esempio in Campania, Toscana ed Emilia-Romagna, in cui le ore si sono dimezzate) rilevante. Tutte, comunque, presentano livelli decisamente al di sopra di quelli 2019 pre-Covid (a cominciare dalla Toscana, +887%).

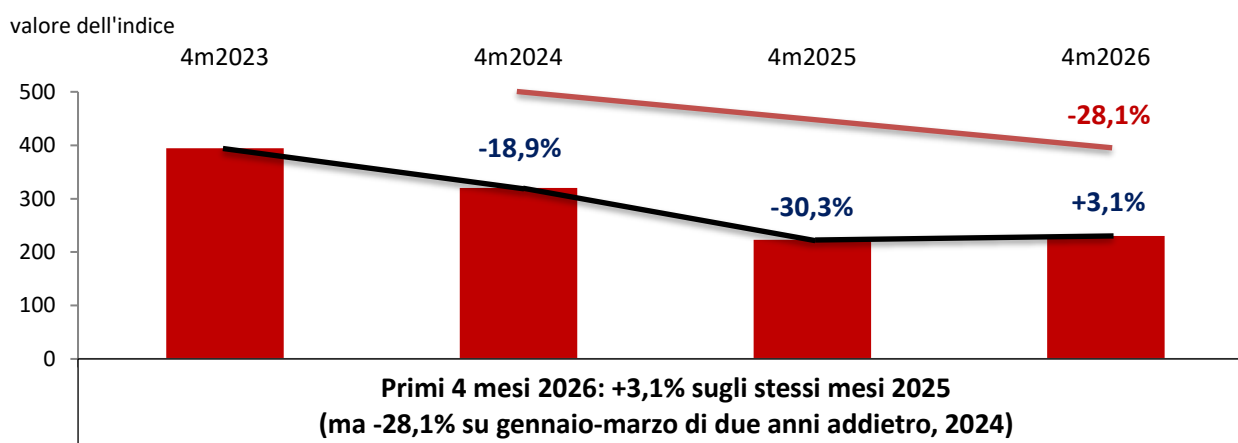
25 giugno 2026

TREND PRODUZIONE INDUSTRIALE

Indice mensile Istat della produzione industriale

(voce Ateco CB1512 "Fabbricazione di articoli da viaggio, borse e simili, pelletteria e selleria", dati corretti per gli effetti di calendario). Base 2021=100. Dati cumulati.

Valore dell'indice e variazioni % rispetto all'anno precedente



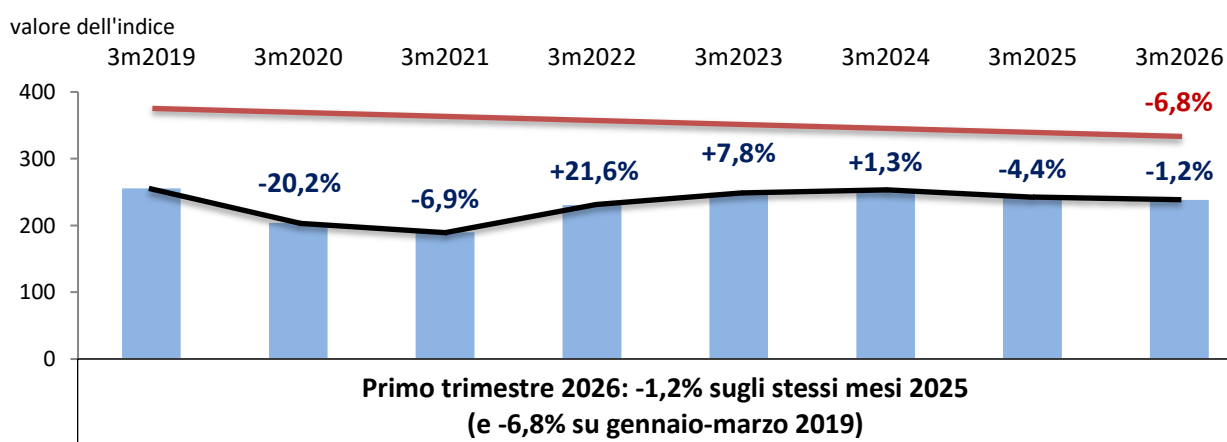
Fonte: ISTAT; elaborazione Confindustria Accessori Moda del 19/06/2026

MERCATO ITALIA

Indice mensile Istat del valore delle vendite del commercio al dettaglio

(riferito ai prodotti "Articoli in pelle e da viaggio + calzature", dati grezzi). Base 2021=100. Dati cumulati.

Valore dell'indice e variazioni % rispetto all'anno precedente



Fonte: ISTAT; elaborazione Confindustria Accessori Moda del 19/06/2026

INTERSCAMBIO COMMERCIALE ITALIANO PELLETTERIA

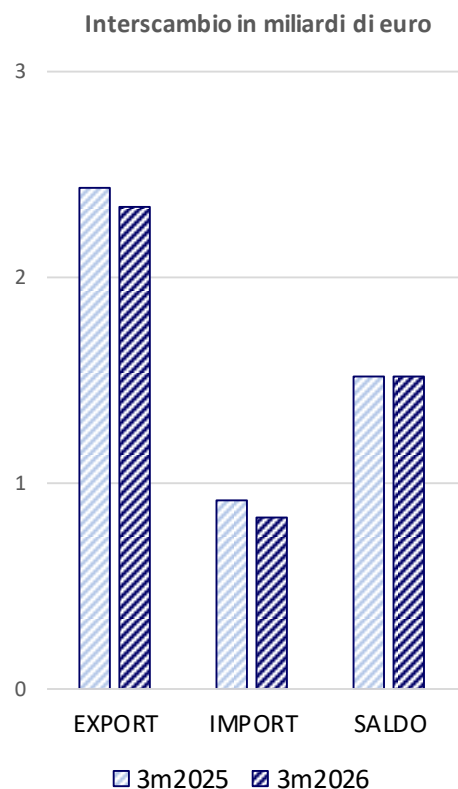
PRIMO TRIMESTRE 2026

raffronto con l'analogo periodo 2025

| EXPORT | Valore (Milioni di €) | Quantità (Milioni di KG) | Prezzo Medio €/KG |
|---------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|------------------------------|
| Gennaio-Marzo 2025 | 2.436,20 | 16,7 | 145,58 |
| Gennaio-Marzo 2026 | 2.345,40 | 14,7 | 159,96 |
| <i>var %</i> | -3,7% | -12,4% | 9,9% |

| IMPORT | Valore (Milioni di €) | Quantità (Milioni di KG) | Prezzo Medio €/KG |
|---------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|------------------------------|
| Gennaio-Marzo 2025 | 918,07 | 41,4 | 22,15 |
| Gennaio-Marzo 2026 | 827,58 | 41,5 | 19,96 |
| <i>var %</i> | -9,9% | 0,0% | -9,9% |

| SALDO COMMERCIALE | Valore (Milioni di €) |
|------------------------------|----------------------------------|
| Gennaio-Marzo 2025 | 1.518,13 |
| Gennaio-Marzo 2026 | 1.517,81 |
| <i>var %</i> | -0,0% |

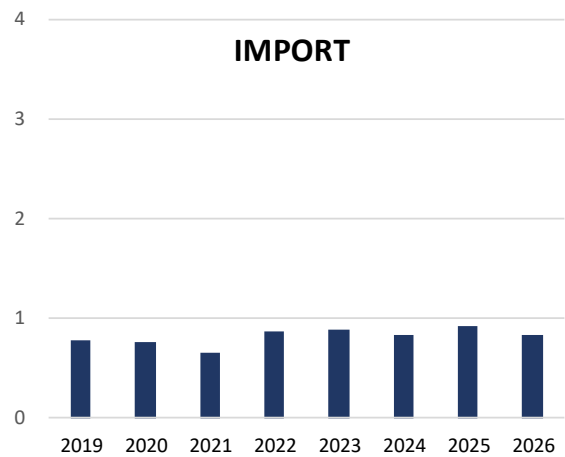


EXPORT ITALIANO PELLETTERIA

Serie storica anni recenti. Periodo: Gennaio-Marzo

| | Valore (Milioni di €) | Quantità (Milioni di KG) | Prezzo Medio €/Kg | Var.% su anno precedente | | |
|-----------------------------------|--------------------------|-----------------------------|----------------------|--------------------------|--------------|------------|
| | | | | val | kg | p.m. |
| Gen-Mar 2019 | 2.561,74 | 16,1 | 159,37 | | | |
| Gen-Mar 2020 | 2.190,87 | 15,3 | 143,54 | -14,5 | -5,0 | -9,9 |
| Gen-Mar 2021 | 2.272,23 | 14,6 | 155,91 | 3,7 | -4,5 | 8,6 |
| Gen-Mar 2022 | 2.704,63 | 16,9 | 160,22 | 19,0 | 15,8 | 2,8 |
| Gen-Mar 2023 | 3.063,96 | 18,6 | 164,39 | 13,3 | 10,4 | 2,6 |
| Gen-Mar 2024 | 2.676,30 | 17,2 | 155,17 | -12,7 | -7,5 | -5,6 |
| Gen-Mar 2025 | 2.436,20 | 16,7 | 145,58 | -9,0 | -3,0 | -6,2 |
| Gen-Mar 2026 | 2.345,40 | 14,7 | 159,96 | -3,7 | -12,4 | 9,9 |
| <i>variazione % 2026 su 2019:</i> | | | | <i>-8,4</i> | <i>-8,8</i> | <i>0,4</i> |

Serie storica Export e Import Primi 3 mesi degli anni 2019-2026 (miliardi di euro)



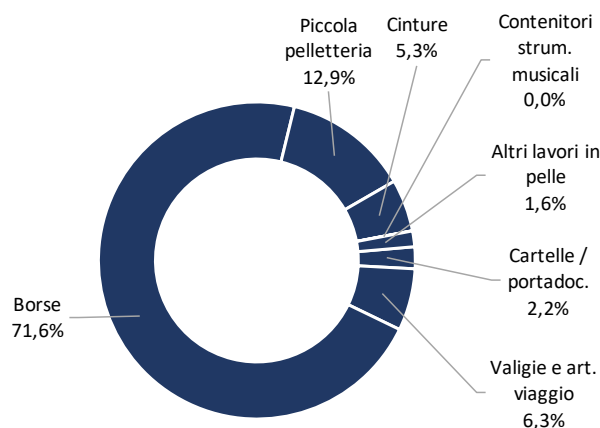
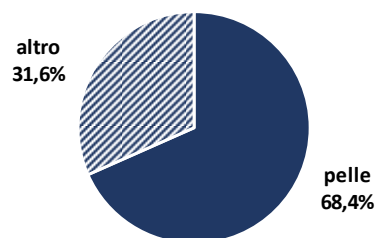
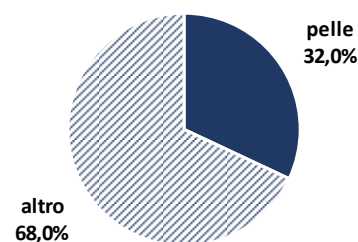
IMPORT ITALIANO PELLETTERIA

Serie storica anni recenti. Periodo: Gennaio-Marzo

| | Valore (Milioni di €) | Quantità (Milioni di KG) | Prezzo Medio €/Kg | Var.% su anno precedente | | |
|-----------------------------------|--------------------------|-----------------------------|----------------------|--------------------------|-------------|-------------|
| | | | | val | kg | p.m. |
| Gen-Mar 2019 | 783,23 | 36,4 | 21,53 | | | |
| Gen-Mar 2020 | 763,80 | 36,2 | 21,07 | -2,5 | -0,4 | -2,1 |
| Gen-Mar 2021 | 652,45 | 26,4 | 24,74 | -14,6 | -27,2 | 17,4 |
| Gen-Mar 2022 | 862,99 | 36,8 | 23,46 | 32,3 | 39,5 | -5,2 |
| Gen-Mar 2023 | 888,41 | 33,0 | 26,91 | 2,9 | -10,3 | 14,7 |
| Gen-Mar 2024 | 828,13 | 32,3 | 25,62 | -6,8 | -2,1 | -4,8 |
| Gen-Mar 2025 | 918,07 | 41,4 | 22,15 | 10,9 | 28,2 | -13,5 |
| Gen-Mar 2026 | 827,58 | 41,5 | 19,96 | -9,9 | 0,0 | -9,9 |
| <i>variazione % 2026 su 2019:</i> | | | | <i>5,7</i> | <i>14,0</i> | <i>-7,3</i> |

Esportazioni per gruppi di prodotto e materiali d'uso
Periodo: Gennaio-Marzo
Valori in euro (milioni)

| PRODOTTI | TOTALE | | | | IN PELLE | | | | IN SUCCEDANEO | | | |
|---------------------------------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|----------------|----------------|
| | 3m2025 | 3m2026 | Var % 26/25 | Var % 26/19 | 3m2025 | 3m2026 | Var % 26/25 | Var % 26/19 | 3m2025 | 3m2026 | Var % 26/25 | Var % 26/19 |
| Cartelle sottobracci e portadocumenti | 66,05 | 52,33 | -20,8% | -26,6% | 27,99 | 20,49 | -26,8% | -38,3% | 38,06 | 31,83 | -16,4% | -16,3% |
| Valigie e articoli da viaggio | 147,39 | 148,38 | 0,7% | -7,7% | 58,04 | 45,36 | -21,8% | -23,7% | 89,35 | 103,02 | 15,3% | 1,7% |
| Borse | 1.683,86 | 1.680,37 | -0,2% | 6,6% | 1.203,70 | 1.168,14 | -3,0% | -4,1% | 480,15 | 512,23 | 6,7% | 43,0% |
| Piccola pelletteria | 345,56 | 301,58 | -12,7% | -37,4% | 240,72 | 207,62 | -13,8% | -43,0% | 104,83 | 93,97 | -10,4% | -20,1% |
| Cinture | 141,14 | 124,68 | -11,7% | -38,8% | 141,14 | 124,68 | -11,7% | -38,8% | - | - | - | - |
| Contenitori per strumenti musicali | 0,40 | 0,59 | 48,4% | 87,1% | - | - | - | - | 0,40 | 0,59 | 48,4% | 87,1% |
| Altri lavori in pelle | 51,81 | 37,46 | -27,7% | -44,3% | 51,81 | 37,46 | -27,7% | -44,3% | - | - | - | - |
| TOTALE EXPORT | 2.436,20 | 2.345,40 | -3,7% | -8,4% | 1.723,41 | 1.603,76 | -6,9% | -17,6% | 712,79 | 741,64 | 4,0% | 20,5% |

**Export: incidenza prodotti sul totale valore
Primi 3 mesi 2026**

Valore (quote 3m2026)

KG (quote 3m2026)

Quantità in kg (000)

| PRODOTTI | TOTALE | | | | IN PELLE | | | | IN SUCCEDANEO | | | |
|---------------------------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|--------------|--------------|----------------|----------------|---------------|--------------|----------------|----------------|
| | 3m2025 | 3m2026 | Var % 26/25 | Var % 26/19 | 3m2025 | 3m2026 | Var % 26/25 | Var % 26/19 | 3m2025 | 3m2026 | Var % 26/25 | Var % 26/19 |
| Cartelle sottobracci e portadocumenti | 2.626 | 2.621 | -0,2% | -2,1% | 206 | 158 | -23,5% | -22,0% | 2.420 | 2.463 | 1,8% | -0,5% |
| Valigie e articoli da viaggio | 1.905 | 1.776 | -6,7% | 14,7% | 218 | 146 | -33,0% | -59,1% | 1.687 | 1.630 | -3,4% | 36,8% |
| Borse | 7.521 | 6.946 | -7,6% | -3,4% | 3.138 | 2.884 | -8,1% | -29,4% | 4.383 | 4.063 | -7,3% | 30,9% |
| Piccola pelletteria | 3.429 | 2.356 | -31,3% | -19,0% | 646 | 547 | -15,3% | -46,3% | 2.783 | 1.809 | -35,0% | -4,3% |
| Cinture | 856 | 689 | -19,6% | -32,6% | 856 | 689 | -19,6% | -32,6% | - | - | - | - |
| Contenitori per strumenti musicali | 8 | 9 | 9,8% | -30,3% | - | - | - | - | 8 | 9 | 9,8% | -30,3% |
| Altri lavori in pelle | 390 | 265 | -32,1% | -63,0% | 390 | 265 | -32,1% | -63,0% | - | - | - | - |
| TOTALE EXPORT | 16.735 | 14.662 | -12,4% | -8,8% | 5.455 | 4.688 | -14,1% | -36,7% | 11.280 | 9.974 | -11,6% | 15,0% |

Fonte: Centro Studi Confindustria Accessori Moda su dati ISTAT

Esportazioni nei principali paesi clienti

Periodo: Gennaio-Marzo

Ranking top 25 per valore

| PAESI di destinazione | Valori in euro (milioni) | | | | | Quantità in kg (000) | | | | |
|--------------------------|--------------------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|----------------------|---------------|-----------------|----------------|----------------|
| | 3m2025 | 3m2026 | Quota 2026 % | Var % 26/25 | Var % 26/19 | 3m2025 | 3m2026 | Quota 2026 % | Var % 26/25 | Var % 26/19 |
| 1 Francia | 422,58 | 430,58 | 18,4 | 1,9% | 85,8% | 2.606 | 2.499 | 17,0 | -4,1% | 46,2% |
| 2 USA | 306,45 | 329,43 | 14,0 | 7,5% | 105,3% | 1.077 | 1.070 | 7,3 | -0,6% | -12,7% |
| 3 Giappone | 208,42 | 189,24 | 8,1 | -9,2% | 44,2% | 431 | 396 | 2,7 | -8,2% | -26,6% |
| 4 Corea del Sud | 198,33 | 184,05 | 7,8 | -7,2% | 30,8% | 323 | 283 | 1,9 | -12,3% | -27,1% |
| 5 Germania | 169,44 | 168,79 | 7,2 | -0,4% | 48,2% | 3.932 | 2.231 | 15,2 | -43,3% | -4,7% |
| 6 Cina | 170,38 | 165,51 | 7,1 | -2,9% | 45,6% | 279 | 276 | 1,9 | -0,8% | -19,5% |
| 7 Hong Kong | 121,63 | 136,49 | 5,8 | 12,2% | -8,3% | 223 | 199 | 1,4 | -10,8% | -53,3% |
| 8 Regno Unito | 80,94 | 71,93 | 3,1 | -11,1% | -39,3% | 435 | 483 | 3,3 | 11,1% | -55,6% |
| 9 Spagna | 65,75 | 69,52 | 3,0 | 5,7% | 50,8% | 848 | 1.325 | 9,0 | 56,3% | 55,1% |
| 10 Svizzera | 64,03 | 62,84 | 2,7 | -1,9% | -93,4% | 369 | 396 | 2,7 | 7,3% | -81,1% |
| 11 Emirati Arabi U. | 97,00 | 56,55 | 2,4 | -41,7% | 185,1% | 151 | 134 | 0,9 | -11,2% | 23,5% |
| 12 Paesi Bassi | 35,07 | 34,15 | 1,5 | -2,6% | -15,9% | 566 | 367 | 2,5 | -35,1% | -25,3% |
| 13 Turchia | 35,60 | 33,71 | 1,4 | -5,3% | 414,7% | 234 | 195 | 1,3 | -16,7% | 247,3% |
| 14 Taiwan | 30,70 | 31,31 | 1,3 | 2,0% | 134,3% | 53 | 50 | 0,3 | -6,0% | 10,4% |
| 15 Polonia | 38,70 | 29,75 | 1,3 | -23,1% | 122,1% | 645 | 464 | 3,2 | -28,1% | 33,5% |
| 16 Singapore | 26,09 | 22,55 | 1,0 | -13,6% | 22,5% | 56 | 40 | 0,3 | -28,7% | -22,3% |
| 17 Austria | 20,88 | 20,88 | 0,9 | -0,0% | 6,9% | 336 | 331 | 2,3 | -1,6% | 7,5% |
| 18 Canada | 22,53 | 20,66 | 0,9 | -8,3% | 48,7% | 86 | 75 | 0,5 | -12,5% | -3,0% |
| 19 Australia | 19,40 | 18,38 | 0,8 | -5,2% | 38,6% | 55 | 55 | 0,4 | 0,7% | -8,4% |
| 20 Russia | 21,14 | 17,10 | 0,7 | -19,1% | -31,1% | 207 | 186 | 1,3 | -10,1% | -13,4% |
| 21 Grecia | 15,54 | 16,88 | 0,7 | 8,6% | 67,4% | 383 | 361 | 2,5 | -5,5% | 37,8% |
| 22 Thailandia | 24,07 | 16,19 | 0,7 | -32,8% | 55,8% | 36 | 24 | 0,2 | -32,9% | -18,4% |
| 23 Messico | 13,87 | 14,05 | 0,6 | 1,3% | 56,8% | 38 | 40 | 0,3 | 5,7% | -5,9% |
| 24 Romania | 17,97 | 13,41 | 0,6 | -25,4% | -32,3% | 315 | 276 | 1,9 | -12,2% | -31,3% |
| 25 Cechia | 7,31 | 11,81 | 0,5 | 61,6% | 60,9% | 153 | 186 | 1,3 | 21,6% | -4,2% |
| ... | | | | | | | | | | |
| TOT. EXPORT | 2.436,20 | 2.345,40 | 100,0 | -3,7% | -8,4% | 16.735 | 14.662 | 100,0 | -12,4% | -8,8% |

di cui:

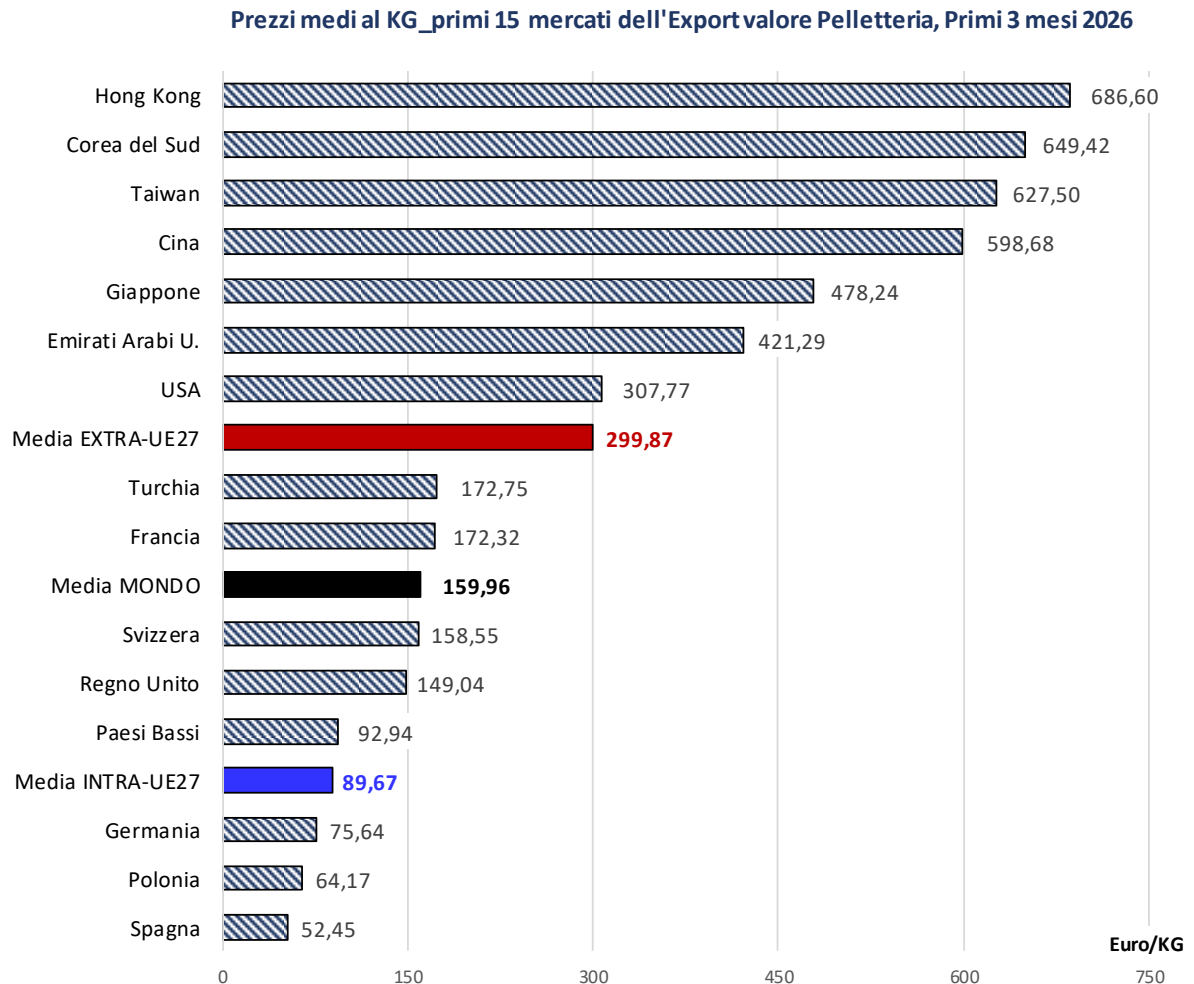
| | | | | | | | | | | |
|----------------------|----------|----------|------|-------|--------|--------|-------|------|--------|--------|
| vs UE27 | 870,21 | 875,00 | 37,3 | 0,6% | 51,5% | 11.623 | 9.758 | 66,6 | -16,0% | 15,2% |
| vs EXTRA-UE27 | 1.565,99 | 1.470,39 | 62,7 | -6,1% | -25,9% | 5.111 | 4.904 | 33,4 | -4,1% | -35,5% |

Fonte: Centro Studi Confindustria Accessori Moda su dati ISTAT

EXPORT

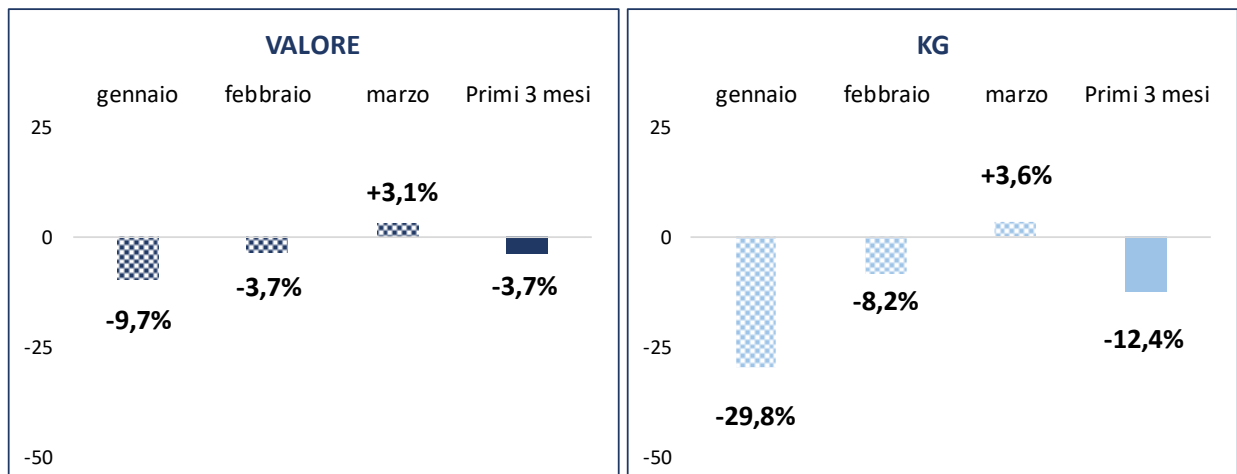
Analisi prezzi medi al KG dei principali Paesi di destinazione

Periodo: PRIMO TRIMESTRE 2026



Andamento Export 2026 per mese

(var.% su analoghi mesi 2025)



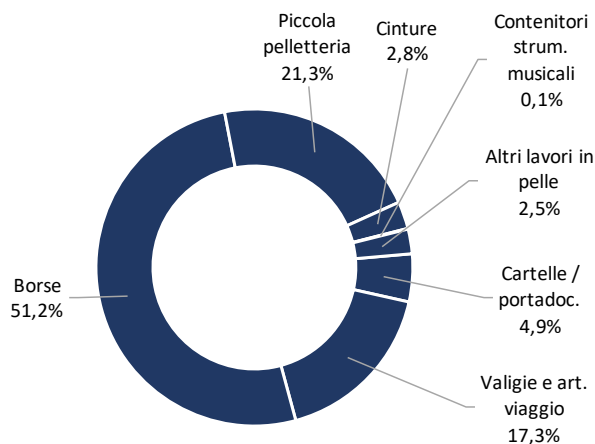
Fonte: Centro Studi Confindustria Accessori Moda su dati ISTAT

Importazioni per gruppi di prodotto e materiali d'uso Periodo: Gennaio-Marzo

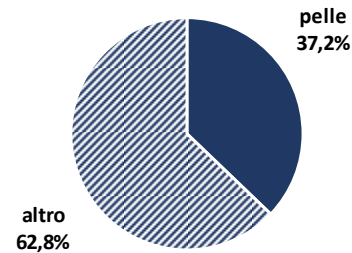
Valori in euro (milioni)

| PRODOTTI | TOTALE | | | | IN PELLE | | | | IN SUCCEDANEO | | | |
|---------------------------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|---------------|----------------|----------------|
| | 3m2025 | 3m2026 | Var % 26/25 | Var % 26/19 | 3m2025 | 3m2026 | Var % 26/25 | Var % 26/19 | 3m2025 | 3m2026 | Var % 26/25 | Var % 26/19 |
| Cartelle sottobracci e portadocumenti | 44,49 | 40,40 | -9,2% | 5,1% | 3,33 | 2,73 | -18,1% | -68,2% | 41,16 | 37,67 | -8,5% | 26,1% |
| Valigie e articoli da viaggio | 157,94 | 143,16 | -9,4% | 25,0% | 22,88 | 14,57 | -36,3% | 8,4% | 135,05 | 128,59 | -4,8% | 27,2% |
| Borse | 488,07 | 423,61 | -13,2% | 7,2% | 233,04 | 207,28 | -11,1% | -4,1% | 255,03 | 216,33 | -15,2% | 20,8% |
| Piccola pelletteria | 183,05 | 176,07 | -3,8% | -4,4% | 43,61 | 39,17 | -10,2% | -45,7% | 139,44 | 136,90 | -1,8% | 22,3% |
| Cinture | 22,41 | 22,94 | 2,4% | -3,6% | 22,41 | 22,94 | 2,4% | -3,6% | - | - | - | - |
| Contenitori per strumenti musicali | 0,47 | 0,60 | 28,0% | 63,6% | - | - | - | - | 0,47 | 0,60 | 28,0% | 63,6% |
| Altri lavori in pelle | 21,65 | 20,79 | -3,9% | -21,9% | 21,65 | 20,79 | -3,9% | -21,9% | - | - | - | - |
| TOTALE IMPORT | 918,07 | 827,58 | -9,9% | 5,7% | 346,92 | 307,49 | -11,4% | -14,8% | 571,15 | 520,09 | -8,9% | 23,1% |

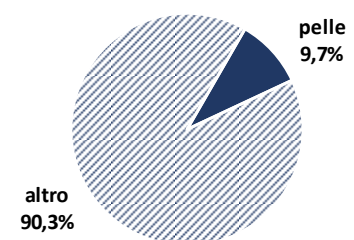
Import: incidenza prodotti sul totale valore Primi 3 mesi 2026



Valore (quote 3m2026)



KG (quote 3m2026)



Quantità in kg (000)

| PRODOTTI | TOTALE | | | | IN PELLE | | | | IN SUCCEDANEO | | | |
|---------------------------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|--------------|--------------|----------------|----------------|---------------|---------------|----------------|----------------|
| | 3m2025 | 3m2026 | Var % 26/25 | Var % 26/19 | 3m2025 | 3m2026 | Var % 26/25 | Var % 26/19 | 3m2025 | 3m2026 | Var % 26/25 | Var % 26/19 |
| Cartelle sottobracci e portadocumenti | 5.668 | 5.692 | 0,4% | 29,2% | 43 | 35 | -19,7% | -78,8% | 5.625 | 5.658 | 0,6% | 33,4% |
| Valigie e articoli da viaggio | 10.079 | 9.072 | -10,0% | 8,4% | 299 | 189 | -36,8% | -10,5% | 9.780 | 8.883 | -9,2% | 8,8% |
| Borse | 10.957 | 11.357 | 3,7% | -4,2% | 1.121 | 1.202 | 7,2% | -20,4% | 9.836 | 10.156 | 3,2% | -1,9% |
| Piccola pelletteria | 12.336 | 13.154 | 6,6% | 20,4% | 489 | 463 | -5,4% | -22,6% | 11.847 | 12.691 | 7,1% | 22,9% |
| Cinture | 309 | 445 | 44,0% | 95,2% | 309 | 445 | 44,0% | 95,2% | - | - | - | - |
| Contenitori per strumenti musicali | 28 | 45 | 58,2% | 35,0% | - | - | - | - | 28 | 45 | 58,2% | 35,0% |
| Altri lavori in pelle | 2.071 | 1.692 | -18,3% | 204,0% | 2.071 | 1.692 | -18,3% | 204,0% | - | - | - | - |
| TOTALE IMPORT | 41.447 | 41.457 | 0,0% | 14,0% | 4.332 | 4.025 | -7,1% | 23,3% | 37.115 | 37.432 | 0,9% | 13,0% |

Fonte: Centro Studi Confindustria Accessori Moda su dati ISTAT

Importazioni dai principali paesi fornitori

Periodo: Gennaio-Marzo

Ranking top 25 per valore

| PAESI di origine | Valori in euro (milioni) | | | | | Quantità in kg (000) | | | | |
|----------------------|--------------------------|---------------|-----------------|----------------|----------------|----------------------|---------------|-----------------|----------------|----------------|
| | 3m2025 | 3m2026 | Quota 2026 % | Var % 26/25 | Var % 26/19 | 3m2025 | 3m2026 | Quota 2026 % | Var % 26/25 | Var % 26/19 |
| 1 Cina | 281,24 | 251,09 | 30,3 | -10,7% | 2,2% | 23.996 | 24.755 | 59,7 | 3,2% | -0,1% |
| 2 Francia | 224,77 | 213,93 | 25,9 | -4,8% | 24,8% | 1.707 | 2.436 | 5,9 | 42,7% | 152,8% |
| 3 Spagna | 77,85 | 48,15 | 5,8 | -38,2% | 103,7% | 3.811 | 3.088 | 7,4 | -19,0% | 349,8% |
| 4 Paesi Bassi | 55,87 | 47,62 | 5,8 | -14,8% | -12,1% | 1.600 | 1.638 | 4,0 | 2,4% | 44,3% |
| 5 Germania | 36,00 | 40,37 | 4,9 | 12,1% | 66,7% | 2.166 | 1.941 | 4,7 | -10,4% | 115,1% |
| 6 Belgio | 30,51 | 26,72 | 3,2 | -12,4% | 28,0% | 1.263 | 1.122 | 2,7 | -11,2% | -8,7% |
| 7 India | 25,61 | 23,09 | 2,8 | -9,8% | -1,1% | 1.275 | 1.096 | 2,6 | -14,0% | 23,0% |
| 8 Romania | 16,87 | 19,83 | 2,4 | 17,5% | -21,9% | 580 | 340 | 0,8 | -41,4% | -56,7% |
| 9 Vietnam | 18,36 | 15,83 | 1,9 | -13,8% | -3,7% | 2.409 | 2.101 | 5,1 | -12,8% | -5,9% |
| 10 Svizzera | 12,26 | 11,22 | 1,4 | -8,4% | -85,4% | 35 | 42 | 0,1 | 18,6% | -78,2% |
| 11 Myanmar | 11,19 | 9,94 | 1,2 | -11,2% | 210,9% | 426 | 332 | 0,8 | -22,1% | 150,0% |
| 12 Regno Unito | 7,79 | 8,92 | 1,1 | 14,4% | -35,6% | 14 | 15 | 0,0 | 1,0% | -95,1% |
| 13 Tunisia | 10,62 | 8,49 | 1,0 | -20,0% | -25,2% | 199 | 164 | 0,4 | -17,8% | -31,7% |
| 14 Polonia | 8,19 | 8,34 | 1,0 | 1,8% | 234,8% | 237 | 360 | 0,9 | 51,8% | 196,5% |
| 15 Turchia | 6,63 | 8,15 | 1,0 | 23,0% | -5,2% | 68 | 98 | 0,2 | 44,6% | -21,6% |
| 16 Cambogia | 8,91 | 7,67 | 0,9 | -14,0% | 815,9% | 262 | 211 | 0,5 | -19,4% | 319,5% |
| 17 Indonesia | 8,74 | 7,43 | 0,9 | -15,0% | 268,0% | 327 | 338 | 0,8 | 3,3% | 328,1% |
| 18 Cechia | 3,09 | 4,72 | 0,6 | 52,8% | 30,4% | 92 | 93 | 0,2 | 1,4% | -15,5% |
| 19 USA | 5,22 | 4,29 | 0,5 | -17,9% | 94,4% | 46 | 21 | 0,1 | -54,6% | -7,4% |
| 20 Corea del Sud | 5,17 | 4,17 | 0,5 | -19,5% | 76,4% | 10 | 6 | 0,0 | -37,8% | 15,6% |
| 21 Bulgaria | 5,97 | 4,12 | 0,5 | -31,1% | -63,6% | 102 | 80 | 0,2 | -21,4% | -62,2% |
| 22 Austria | 1,59 | 3,97 | 0,5 | 150,6% | 70,7% | 46 | 233 | 0,6 | 404,9% | 120,8% |
| 23 Emirati Arabi U. | 3,66 | 3,78 | 0,5 | 3,4% | 206,3% | 6 | 4 | 0,0 | -28,2% | -4,5% |
| 24 Hong Kong | 7,77 | 3,73 | 0,5 | -52,0% | -70,5% | 21 | 16 | 0,0 | -24,2% | -91,9% |
| 25 Portogallo | 3,84 | 3,05 | 0,4 | -20,6% | 56,8% | 105 | 102 | 0,2 | -2,6% | 22,1% |
| ... | | | | | | | | | | |
| TOT. IMPORT | 918,07 | 827,58 | 100,0 | -9,9% | 5,7% | 41.447 | 41.457 | 100,0 | 0,0% | 14,0% |
| <i>di cui:</i> | | | | | | | | | | |
| da UE27 | 475,57 | 433,64 | 52,4 | -8,8% | 24,4% | 11.994 | 11.865 | 28,6 | -1,1% | 74,0% |
| da EXTRA-UE27 | 442,50 | 393,95 | 47,6 | -11,0% | -9,3% | 29.453 | 29.592 | 71,4 | 0,5% | 0,1% |

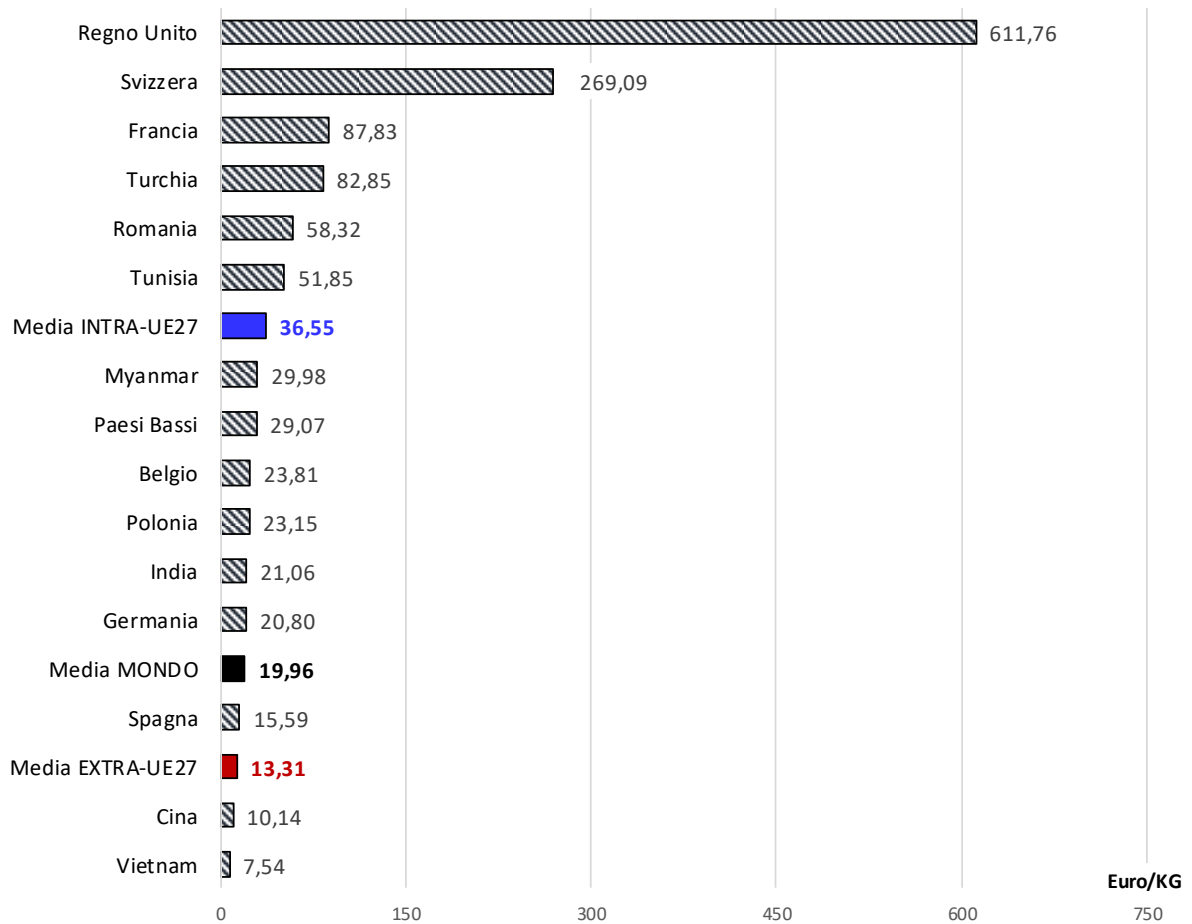
Fonte: Centro Studi Confindustria Accessori Moda su dati ISTAT

IMPORT

Analisi prezzi medi al KG dei principali Paesi di origine

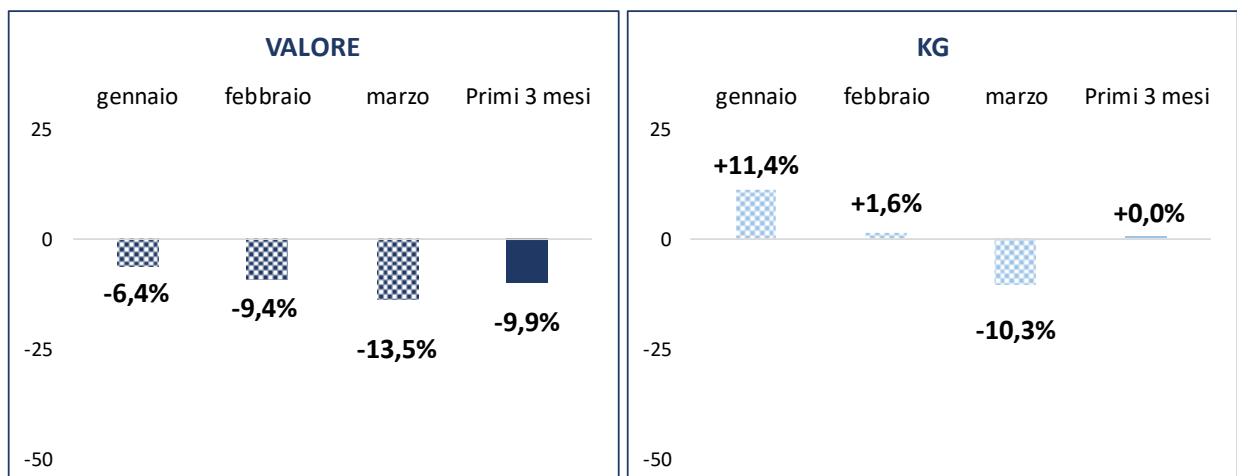
Periodo: PRIMO TRIMESTRE 2026

Prezzi medi al KG_primi 15 fornitori dell'Import valore Pelletteria, Primi 3 mesi 2026



Andamento Import 2026 per mese

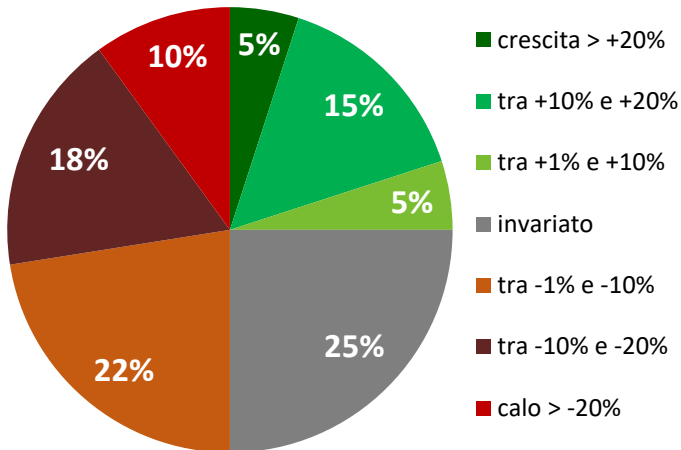
(var.% su analoghi mesi 2025)



Fonte: Centro Studi Confindustria Accessori Moda su dati ISTAT

Indagine Rapida congiunturale Confindustria Accessori Moda condotta tra aprile e maggio 2026: focus risultati relativi al campione di aziende associate ad Assopellettieri

1. Qual è stato l'andamento del FATTURATO nel PRIMO TRIMESTRE 2026 (gennaio-marzo) rispetto al medesimo periodo del 2025?



Le previsioni pessimiste degli operatori sull'avvio 2026 raccolte con la rilevazione precedente hanno purtroppo trovato conferma. L'assenza di miglioramenti significativi nello scenario geopolitico mondiale – al contrario, colpito ulteriormente dallo scoppio a fine febbraio del conflitto in Medio Oriente – ha portato nel primo trimestre ad una nuova frenata nelle vendite estere, accompagnata da un andamento poco soddisfacente anche sul versante nazionale (-1,2% l'indice Istat delle vendite al dettaglio). Il **fatturato** del campione di aziende pelletterie raggiunte dall'indagine ha subito nel periodo **gennaio-marzo 2026** una flessione pari al **-3,5%** tendenziale. Il 50% delle aziende del panel (percentuale praticamente invariata rispetto al 48% di indicazioni negative formulate nel trimestre precedente) ha registrato un arretramento sull'analoga frazione del 2025; la restante metà del campione risulta equamente suddivisa tra coloro che hanno chiuso i primi 3 mesi con una crescita e quanti hanno eguagliato i livelli di fatturato dello stesso periodo 2025.

3. Nel PRIMO TRIMESTRE 2026 (gennaio-marzo) la sua azienda ha fatto ricorso ad ammortizzatori sociali (CIG o strumenti simili)?



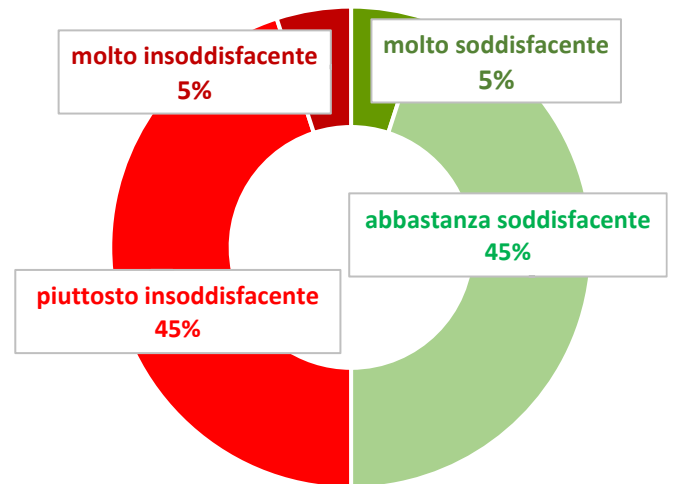
4. Ritiene che nell'attuale SECONDO TRIMESTRE 2026 (aprile-giugno) la sua azienda ne farà ricorso?



La quota di Associati che hanno dichiarato di aver utilizzato gli ammortizzatori sociali nel primo trimestre risulta pari al **20%** del totale, piuttosto in linea con quella della frazione precedente (20,8%), e di due trimestri addietro (20,7% di luglio-settembre 2025).

La previsione di utilizzo con riferimento al secondo trimestre in corso sale leggermente, al **22,5%** del panel.

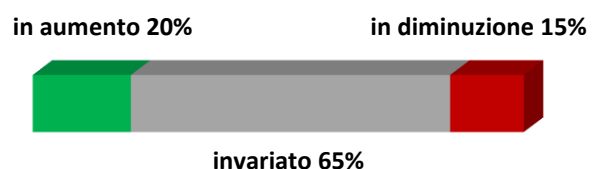
2. Come giudica invece l'andamento della PRODUZIONE FISICA (quantità prodotte) della sua azienda nel PRIMO TRIMESTRE 2026?



Poco brillanti anche le indicazioni relative ai volumi prodotti: esattamente la metà del campione formula un giudizio non positivo (ritenendoli «piuttosto insoddisfacenti», 45% dei rispondenti, se non addirittura «molto insoddisfacenti», 5%).

Un quadro che trova conferma anche nell'**indice ISTAT** della **produzione industriale** corretto per gli effetti di calendario che, seppure segni nei primi 4 mesi 2026 per la voce Ateco CB1512 riferita alla fabbricazione di articoli di pelletteria un **+3,1% su gennaio-aprile 2025**, resta su livelli assoluti decisamente sottotono: nei corrispondenti mesi del 2025 l'indice era risultato infatti inferiore di circa il 30% rispetto al primo quadrimestre 2024; il valore attuale resta pertanto del **-28,1% al di sotto di quello degli stessi mesi di due anni addietro (2024)**, descrivendo ritmi produttivi ancora fortemente rallentati. Peraltro, dopo il buon recupero registrato nei mesi di gennaio e marzo (+14% tendenziale), l'indice è tornato ad aprile in terreno negativo (mostrando una variazione del -12,1% sull'analogo mese 2025).

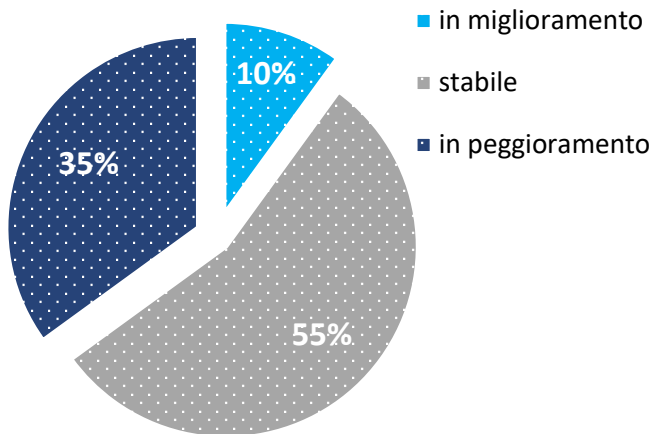
5. Come prevede sarà il NUMERO di DIPENDENTI della sua azienda a GIUGNO 2026 rispetto a DICEMBRE 2025?



Tra gli Associati interpellati risultano maggioritarie le indicazioni di stabilità (65% del totale); nel restante 35% del panel le aspettative di aumento (20%) risultano di poco superiori a quelle di riduzione (15%). A identica domanda rivolta a gennaio scorso, prevedeva una contrazione nei livelli occupazionali solo il 4% degli intervistati (11 punti % in meno di ora), con un 21% di aspettative di incremento e il 75% residuo di stabilità.

Indagine Rapida congiunturale Confindustria Accessori Moda condotta tra aprile e maggio 2026: focus risultati relativi al campione di aziende associate ad Assopellettieri

6. Come prevede sarà l'evoluzione congiunturale del SECONDO TRIMESTRE 2026 rispetto al precedente (primo trimestre 2026)?



Rispetto alla rilevazione precedente – condotta a gennaio, in cui veniva chiesto un giudizio sul primo trimestre rispetto a quello di chiusura 2025 – il sentiment tra gli intervistati risulta in questa tornata decisamente peggiorato: per il 35% dei rispondenti, infatti, nei mesi di aprile-giugno l'evoluzione congiunturale sarà caratterizzata da un ripiegamento rispetto alla frazione di avvio 2026 (erano il 21% le valutazioni negative nell'indagine precedente). Il 55% degli imprenditori contattati non si aspetta grandi cambiamenti, giudicando «stabile» lo scenario, mentre solo il 10% (contro il precedente 29%) si dice ottimista e prevede un miglioramento.

8. Mercato USA: le incertezze dei mesi scorsi legate ai dazi doganali vi hanno creato problemi nella gestione del magazzino e/o nelle consegne ai clienti statunitensi?

NO 46,7%

SI' 53,3%

9. In risposta alla difficile situazione negli USA creatasi con la nuova politica commerciale del Presidente Trump, state accelerando la diversificazione su altri mercati per ridurre la dipendenza dal mercato americano?

NO 53,3%

SI' 46,7%

10. Avete notato una tendenza da parte dei vostri clienti statunitensi a spostare gli acquisti verso Paesi con dazi inferiori (es. India, Vietnam, altri..) invece che dall'UE?

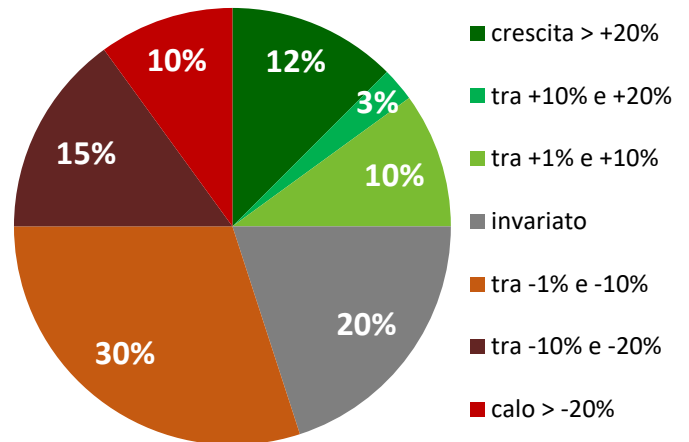
NO 80,0%

SI' 20,0%

Percentuali calcolate sul 75% dei rispondenti che esportano negli USA

% di risposte «La mia azienda non esporta negli USA»: 25%

7. Rispetto allo stesso periodo del 2025, invece, come prevede sarà il FATTURATO nel SECONDO TRIMESTRE 2026 (aprile-giugno 2026 su aprile-giugno 2025)?



La previsione del **fatturato** del secondo trimestre resta in terreno negativo. Il 55% del campione (in aumento, dunque, rispetto al 50% di giudizi sfavorevoli espressi sulla prima frazione) si attende un calo sull'analogo periodo 2025, con un 20% di risposte di stabilità e un 25% di attese di crescita (% rimasta invariata ma con un aumento al 12% delle indicazioni di recupero superiore al +20%).

La ponderazione delle risposte con le dimensioni aziendali porta ad una stima dei ricavi, all'interno del panel, nell'ordine del **-2% per il secondo trimestre** e ad un conseguente **-2,8% per i primi 6 mesi**. Valutazioni da considerarsi con prudenza, anche perché basate su previsioni espresse tra metà aprile e metà maggio, quando era trascorsa, al più, la metà del trimestre indagato.

Difficile peraltro, al momento, prevedere sviluppi, durata e reale portata degli effetti dei conflitti, sia sul fronte mediorientale – dove proprio nei giorni scorsi è stato siglato a distanza un memorandum di intesa tra USA e Iran che prevede l'apertura di una fase di 60 giorni di intensi negoziati – che su quello russo-ucraino, che ha visto invece di recente un intensificarsi degli attacchi da ambo le parti.

Uno dei temi caldi da un anno a questa parte è rappresentato dall'introduzione di dazi aggiuntivi sulle importazioni negli States. Concentrando l'analisi sulle pelletterie che vendono negli USA (pari al 75% delle realtà componenti il campione), sono pari a poco più della metà (53,3%) le aziende cui i dazi hanno creato problemi di magazzino e/o nelle consegne ai clienti americani.

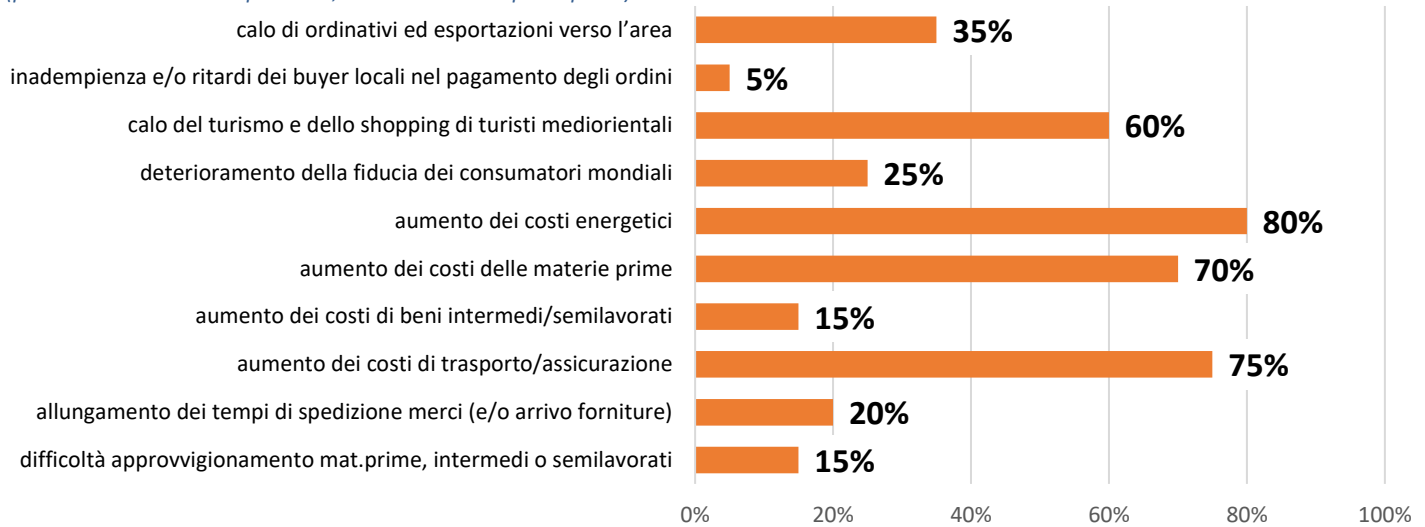
Il 47% circa degli imprenditori, alla luce delle difficoltà che il provvedimento ha arrecato, ha deciso di accelerare la diversificazione su altri mercati, per cercare di diminuire la dipendenza da quello statunitense.

Limitati per ora al 20% coloro che segnalano spostamenti, nelle scelte dei clienti, verso fornitori di paesi con dazi inferiori a quelli UE, a danno delle produzioni comunitarie.

Indagine Rapida congiunturale Confindustria Accessori Moda condotta tra aprile e maggio 2026: focus risultati relativi al campione di aziende associate ad Assopellettieri

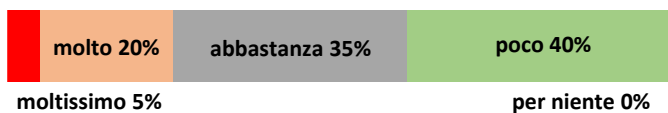
11. Quali conseguenze derivanti dal conflitto in Medio Oriente teme di più per la sua attività (sia con riferimento alle criticità già riscontrate sia a quelle attese nel caso in cui il conflitto dovesse protrarsi)?

(percentuale su totale rispondenti; erano consentite più risposte)

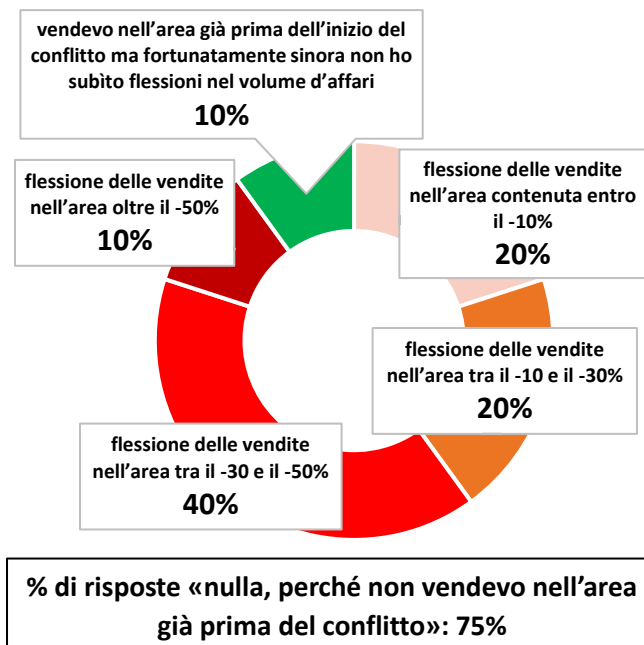


L'80% degli imprenditori ha indicato l'aumento dei costi energetici, seguito dai rincari nelle spese di trasporto/assicurazione (75%) e nelle materie prime (70%). Non solo innalzamento generalizzato dei costi, comunque, ma anche conseguenze dirette sui comportamenti di acquisto: il calo dello shopping dei turisti mediorientali è paventato dal 60% dei rispondenti, quello degli ordini dai paesi dell'area dal 35%; mentre il deterioramento del clima di fiducia dei consumatori mondiali, che la guerra inevitabilmente causa, dal 25%.

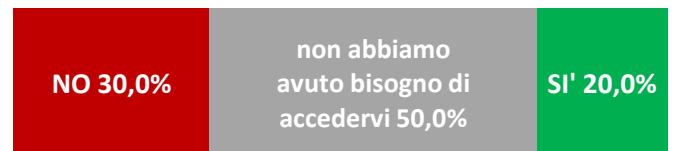
12. Quanto ha impattato sinora l'aumento dei costi energetici e del carburante, derivante dalle tensioni geopolitiche, sui vostri margini di profitto?



13. Dall'inizio dell'escalation, quale è stata la variazione percentuale del vostro volume d'affari diretto verso i paesi del Golfo (Emirati Arabi Uniti, Arabia Saudita, Qatar, Kuwait...)? (Percentuali calcolate sui rispondenti che già prima del conflitto vendevano nell'area, ovvero sul 25% del campione)

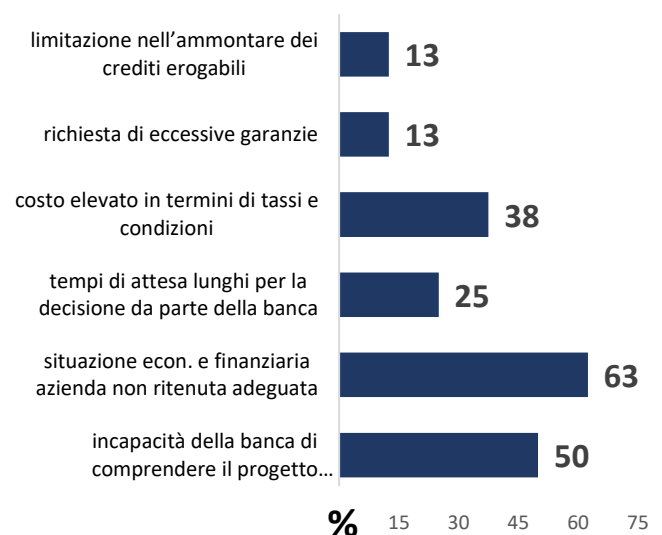


14. Negli ultimi mesi la sua azienda ha incontrato maggiori difficoltà nell'accesso al credito bancario?



15. Nel caso abbiate incontrato delle difficoltà nell'ottenimento di credito bancario, può dirci quali sono state, a suo giudizio, le principali criticità verificatesi?

(Percentuale calcolata su totale rispondenti «SI'» al quesito precedente, ovvero sul 20% del panel, cioè il 40% tra chi vi è ricorso; erano consentite più risposte)



CASSA INTEGRAZIONE GUADAGNI - Settore: "Pelli, cuoio e calzature"

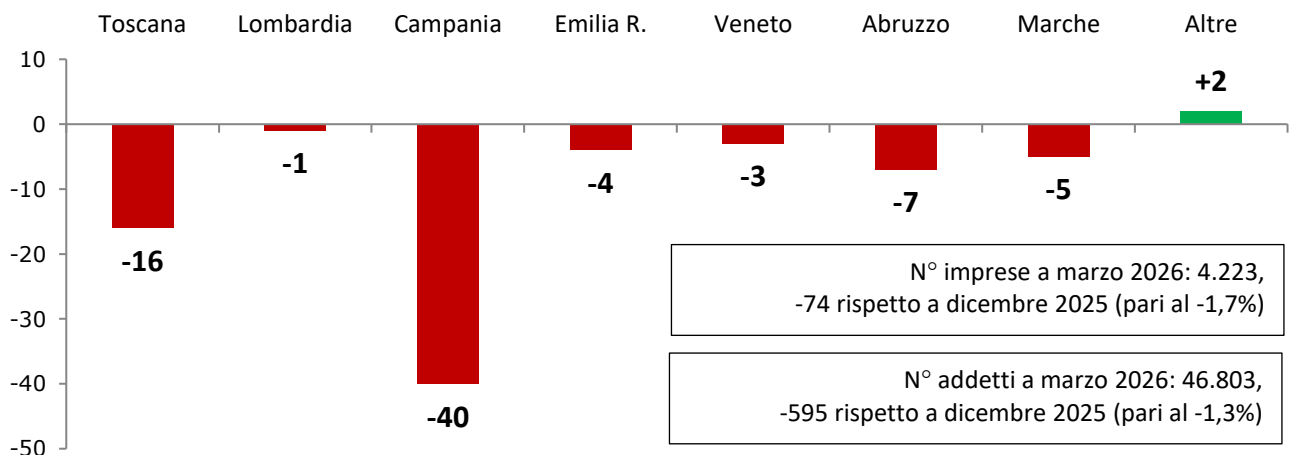
**ORE AUTORIZZATE PER TRATTAMENTI DI INTEGRAZIONE SALARIALE a favore di operai e impiegati
Primi 3 mesi 2026. Raffronto con l'analogo periodo 2025 e 2019 (pre-Covid)**

| | 3 mesi 2019 (Ore) | 3 mesi 2025 (Ore) | 3 mesi 2026 (Ore) | Var. % 26/25 | Var. % 26/19 |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------|-----------------|
| C.I.G. Ordinaria | 1.597.636 | 5.845.890 | 3.789.866 | -35,2 | +137,2 |
| C.I.G. Straordinaria | 382.964 | 4.641.448 | 2.455.436 | -47,1 | +541,2 |
| di cui: | | | | | |
| - straordinaria in senso stretto | 379.604 | 4.641.448 | 2.455.436 | -47,1 | +546,8 |
| - in deroga | 3.360 | - | - | - | -100,0 |
| TOTALE | 1.980.600 | 10.487.338 | 6.245.302 | -40,4 | +215,3 |

| | Ore autorizzate per regione (ordinarie+straordinarie) | | | | |
|----------------|---|----------------------|----------------------|-----------------|-----------------|
| | 3 mesi 2019 (Ore) | 3 mesi 2025 (Ore) | 3 mesi 2026 (Ore) | Var. % 26/25 | Var. % 26/19 |
| Piemonte | 31.952 | 140.826 | 75.222 | -46,6 | +135,4 |
| Lombardia | 247.572 | 414.702 | 386.284 | -6,9 | +56,0 |
| Veneto | 244.495 | 1.400.940 | 971.180 | -30,7 | +297,2 |
| Friuli V.G. | 4.409 | 177.762 | 82.012 | -53,9 | +1760,1 |
| Emilia-Romagna | 81.470 | 708.476 | 372.124 | -47,5 | +356,8 |
| Toscana | 161.467 | 3.247.372 | 1.593.842 | -50,9 | +887,1 |
| Umbria | 24.250 | 8.740 | 19.760 | +126,1 | -18,5 |
| Marche | 745.833 | 1.899.912 | 1.241.594 | -34,6 | +66,5 |
| Abruzzo | 32.472 | 57.226 | 58.964 | +3,0 | +81,6 |
| Campania | 325.871 | 1.752.150 | 853.200 | -51,3 | +161,8 |
| Puglia | 80.809 | 677.258 | 589.656 | -12,9 | +629,7 |
| Altre regioni | - | 1.974 | 1.464 | -25,8 | n.c. |
| TOTALE | 1.980.600 | 10.487.338 | 6.245.302 | -40,4 | +215,3 |

Fonte: INPS, elaborazioni Confindustria Accessori Moda per Assopellettieri_06/2026

Variazioni assolute nel NUMERO DI IMPRESE ATTIVE, industria+artigianato (voce Ateco CB1512) per regione, marzo 2026 su dicembre 2025



Fonte: elaborazioni e stime Confindustria Accessori Moda su dati Infocamere-Movimprese