



## **CINA e TESSILE-ABBIGLIAMENTO: Paese di minacce o Paese di opportunità?**

Percorso di lettura aggiornato al n. 01/06 di *Largo Consumo* e testate *Supplementari*

Il presente documento in **versione interattiva** è scaricabile all'indirizzo  
[www.largoconsumo.info/012006/PL-0106-027.Pdf](http://www.largoconsumo.info/012006/PL-0106-027.Pdf)

#### **ARGOMENTI CORRELATI:**

sul mercato delle **CALZATURE** è disponibile il **Percorso di lettura** [PL-1105-006.pdf](#)

sul mercato dell'**ABBIGLIAMENTO GIOVANE** è disponibile il **Percorso di lettura** [PL-1205-016.pdf](#)

sul mercato dell'**ABBIGLIAMENTO INTIMO** è disponibile il **Percorso di lettura** [PL-0106-018.pdf](#)

sul mercato della **CALZETTERIA** è disponibile il **Percorso di lettura** [PL-1005-021.pdf](#)

#### **RIFERIMENTI:**

Il sommario di tutti i Percorsi di lettura di Largo Consumo  
è **scaricabile** all'indirizzo [WWW.LARGOCONSUMO.INFO/PERCORSI](http://WWW.LARGOCONSUMO.INFO/PERCORSI)

#### **IN APPENDICE:**

Esempi significativi di **COMUNICAZIONE D'IMPRESA** e di **PUBBLICITÀ**  
di Aziende e Organismi attivi nei mercati considerati in questo Percorso di lettura

#### **LE FONTI DI QUESTO PERCORSO DI LETTURA E SUGGERIMENTI PER L'APPROFONDIMENTO DEI TEMI:**

##### **Largo Consumo**

##### **Rivista di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo**

Mensile fondato nel 1980 e diffuso esclusivamente in abbonamento, i cui contenuti giornalistici si sviluppano in forma di inchieste, studi e articoli vari inerenti tutti i momenti della filiera dei beni mass market, food e non food., dalla produzione, alla distribuzione, al consumo finale, compresi i servizi, le strutture e i sistemi collegati.

##### **Mercato Italia – Abbigliamento, Calzature e Pelletteria** **Rapporto sullo stato delle imprese**



I **risultati finanziari** delle principali imprese nazionali, la **produzione** industriale e le **esportazioni**, i **consumi** interni e principali **competitor** internazionali di questo comparto.

#### **CONTENUTI EDITORIALI:**

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2005, n° pagina 60, lunghezza 1/4 di pagina

##### **Obbligare la Cina alle regole**

"Ombre cinesi: fine delle quote di importazione, aumento dei flussi di contraffazione, possibilità di regole correttive" è il convegno organizzato a Milano a Giugno da Indicam, l'Istituto creato nel 1987 da Centromarca per la lotta alla contraffazione. In particolare l'Italia mostra una situazione...continua...

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2005, n° pagina 86, lunghezza 1/5 di pagina

##### **Caractère si espande nel Far East**

L'espansione sui mercati internazionali dell'insegna ammiraglia del gruppo Miroglio procede a ritmo costante, soprattutto nel Far East, dove sono stati siglati quattro accordi di partnership con operatori locali. In Corea (con Hyunday, ... pdv), Malesia e Thailandia (con Berjaya, ... pdv), in Cina (con Chinatex, ... pdv) e Giappone (con Aoi, ... pdv). Miroglio ha ricavato nel 2004 907 mln (-...% sul 2003).

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2005, n° pagina 68, lunghezza 1/6 di pagina

##### **Dalla Cina concorrenza, ma anche opportunità**

La società di consulenza Summit ha intervistato sul tema "Cina, minaccia o opportunità?" Le preoccupazioni per la concorrenza si equilibrano con la diffusa convinzione (...%) della Cina come area dove produrre a costi competitivi per esportare in altri Paesi. Quanto alle misure di difesa dalla concorrenza cinese, più efficaci vengono ritenute norme e attività per contrastare la contraffazione (...%) e imporre [...]. Il (...%) non è sfavorevole a dazi...

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2005, n° pagina 68, lunghezza 1/5 di pagina

##### **China Full service da Orga**

Orga, società di ricerca e formazione del personale, ha creato il "China Full Service" per assistere aziende italiane in Cina. Secondo una ricerca Orga presso 250 imprenditori italiani, la Cina interessa soprattutto per l'acquisto di prodotti e componenti (...%), vendita di prodotti (...%), partnership (...%) o apertura di uffici commerciali (...%).

##### **Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- [Le prospettive di business in Cina \(in %\)](#)

Notizia

*Mercato Italia Abbigliamento 2005 pag 7* n° pagina 10, lunghezza 1/6 di pagina

##### **[Le importazioni dalla Cina nel 2003](#)**

Abbigliamento: Vestiario esterno donna e uomo, maglieria esterna donna e uomo, abbigliamento junior, intimo donna, biancheria casa, e tessile arredo, calze donna, confezioni in pelle, camiceria uomo, intimo uomo, calze uomo, costumi da bagno, scialli, sciarpe e foulard, cravatte, bottoni. Calzature: con tomaia in pelle, con tomaia in sintetico, pantofole, con tomaia in gomma, con tomaia in altro materiale.

Tabella

*Mercato Italia Abbigliamento*, fascicolo 7/2005, n° pagina 10, lunghezza 1/6 di pagina

##### **[La quota di mercato sulle importazioni mondiali di tessile e maglieria, abbigliamento e pelli e calzature: 1997-2003 \(in %\)](#)**

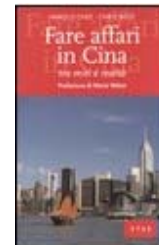
La quota di mercato sulle importazioni mondiali di relativi a: Italia, Francia, Germania, regno Unito, stati Uniti, Giappone, altre economie avanzate e resto del mondo nel periodo 1997-2003 (in %)

Tabella

*Mercato Italia Abbigliamento*, fascicolo 7/2005, n° pagina 12, lunghezza 1/4 di pagina

##### **[L'evoluzione dell'industria dell'abbigliamento, calzature, calzetteria e pelletteria in Italia \(in mln di euro\): 1996-2003](#)**

Proposte editoriali sullo  
stesso argomento:



**Titolo** Fare affari in Cina.  
Tra miti e realtà  
**Autore** Chee Harold; West  
Chris  
**Prezzo** € 17,00  
**Anno** 2005  
**Editore** Etas



**Titolo** Il secolo cinese.  
Storie di uomini, città e  
denaro dalla fabbrica del  
mondo  
**Autore** Rampini Federico  
**Prezzo** € 12,00  
**Anno** 2005  
**Editore** Mondadori



La cifra d'affari, l'export, l'import, il saldo commerciale e il numero di dipendenti relativi ai comparti dell'abbigliamento, calzature, calzetteria e pelletteria in Italia (in mln di euro) tra il 1996 e il 2003.

Tabella

*Mercato Italia Abbigliamento*, fascicolo 7/2005, n° pagina 7, lunghezza 1/6 di pagina  
[Confronto tra le variazioni dei prezzi al consumo del totale dei beni di consumi vs l'aggregato vestiario/calzature: 1980-2004](#)

Confronto tra le variazioni dei prezzi al consumo del totale dei beni di consumi vs l'aggregato vestiario/calzature: 1980-2004

Tabella

*Mercato Italia Abbigliamento*, fascicolo 7/2005, n° pagina 7, lunghezza 1/2 di pagina

#### **La competizione con la Cina**

Già nel 2003 il valore delle importazioni italiane di abbigliamento, calzature e pelletteria dalla Cina era arrivato a ... mld di euro, (+...%). Nel vestiario esterno donna il valore delle import era stato di ... milioni, (+...%). Ma nel 2005 la situazione è letteralmente esplosa: nei primi tre mesi dell'anno [...]. Negli Usa le import. cinesi sono state addirittura maggiori, e per ... categorie è "scattato" il meccanismo delle quote. La Cina è però anche un interessante mercato di consumo...continua...

Notizia

*Mercato Italia – Abbigliamento 2005* pag 20

#### [La quota dell'export sulla produzione: 1996-2003 \(in % sul volume\)](#)

La quota dell'export sulla produzione relativamente ai comparti: calzature, pelletteria, seta e affini, conciaria, laniera, cotoniera, abbigliamento, liniera, tessili vari.

Tabella

*Mercato Italia – Abbigliamento 2005* pag 20

#### [Gli scambi commerciali con l'estero delle filiere tessili e pelle: 2003 \(in mln di euro\)](#)

Import, export saldo commerciale, e quota percentuale relativamente alla filiera Tessile (lana, cotone, lino, seta e affini, tessili vari), Abbigliamento, Calzature, Pelletteria e Conciaria.

Tabella

*Mercato Italia Abbigliamento*, fascicolo 7/2005, n° pagina 7, lunghezza 1/6 di pagina  
[Confronto tra le variazioni dei prezzi al consumo del totale dei beni di consumi vs l'aggregato vestiario/calzature: 1980-2004](#)

Confronto tra le variazioni dei prezzi al consumo del totale dei beni di consumi vs l'aggregato vestiario/calzature: 1980-2004

Tabella

*Mercato Italia Abbigliamento*, fascicolo 7/2005, n° pagina 3, lunghezza 3 pagine



#### **Un sistema verso nuove identità**

Articolo in collaborazione con l'Agenzia delle Dogane: Dall'1 gennaio, dopo un processo di graduale smantellamento cominciato dieci anni fa, gli ultimi limiti quantitativi alle importazioni (le cosiddette quote tessili) sono stati eliminati. I punti principali per tutelare le nostre imprese possono ricondursi a tre: lotta alla contraffazione, tracciabilità di filiera ed etichettatura.

Articolo

*Mercato Italia Abbigliamento*, fascicolo 7/2005, n° pagina 20, lunghezza 1/2 pagina



#### **Acimit (Ass. Italiana macchinari tessili): risponde il presidente Alberto M. Sacchi**

Sacchi risponde a: L'aumento della produzione nella filiera tessile-abbigliamento in Paesi come Cina, India e Turchia sta promuovendo la domanda mondiale di impianti mecano-tessili. Che benefici ne ha tratto l'industria italiana del settore, in quali segmenti specifici e con quali tipologie di impianti?

Notizia



*Mercato Italia Abbigliamento*, fascicolo 7/2005, n° pagina 9, lunghezza 1/4 di pagina



**Sistema Moda Italia (SMI): risponde il presidente Paolo Zegna**

Zegna risponde a: 1) Con la liberalizzazione degli scambi internazionali l'industria italiana affronta la concorrenza cinese. I prodotti a basso prezzo hanno trovato un terreno fertile nella crisi della domanda. 2) È stato messo in discussione il modello produttivo italiano? Il sistema pubblico e privato sta fornendo sufficienti risorse finanziarie, organizzative, manageriali ecc per sostenere il cambiamento? 3) Quali possono essere le priorità delle imprese italiane per riposizionare la loro offerta?  
Notizia

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 25, lunghezza 2 pagine

**Rank della distribuzione moderna non alimentare in Italia: le imprese rilevate nel 2003. Indici 2002 e 2003**

Vendite, risultato di esercizio, n° pdv, superficie tot, n. addetti, vendite per mq e n° per pdv relativi a **Grandi magazzini a prezzo unico, Abbigliamento, Sport, calzature**, Profumeria e Farmacia, Arredamento casa, Bricolage, Elettrodomestici, Computer, Ottica, Giocattoli, Musica, Libri, Home Video  
Tabella

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2005, n° pagina 95

**La Cina sceglie un partner italiano**

Franchisor & Franchisee: Made in It, titolare del portale infofranchise.com è diventata media partner dell'Associazione cinese del franchising per introdurre le imprese del settore nel mercato cinese.

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2005, n° pagina 16, lunghezza 2 pagine

**Costituire società straniere in Cina**

Cambiamenti e opportunità: La riforma costituzionale approvata dal Congresso del Popolo Cinese nel mese di marzo ha sancito il definitivo riconoscimento dell'inviolabilità del diritto di proprietà privata "acquisito in termini legali".

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Gli investimenti diretti esteri effettivamente realizzati per Paese di provenienza (in mln di \$)

- Modello: lo schema riassuntivo per l'apertura di un ufficio di rappresentanza

**Citati:**

Ice, Mofcom

Articolo

**LA PUBBLICITÀ E COMUNICAZIONE DI IMPRESA:**

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2005, n° pagina 59, lunghezza 1 Pagina

**Lotto Sport Italia - Si rafforzano le attività e le prospettive di sviluppo nel mercato cinese**

I casi aziendali: Lotto Sport Italia decide di sfruttare le grandissime potenzialità del mercato cinese, attraverso il decentramento produttivo - con la controllata Lotto Sport Hong Kong - e distributivo, tramite contratti di licenza.

Comunicazione di impresa - Serie "**I casi aziendali**"