

# MERCATO ITALIA

RAPPORTO SULLO STATO DELLE IMPRESE

**Abbigliamento-Calzature-Pelletteria** - Edizione 2009

Supplemento al n. 2/2010 di Largo Consumo

A cura di Sergio Terracina

<b>Scenari/Pronto moda: Il sistema italiano del fast fashion</b> .....	pag. 2
<b>I consumi domestici e l'andamento dei prezzi</b> .....	pag. 4
<b>Le filiere e il sistema moda per settore</b> .....	pag. 4
<b>Gli scambi commerciali con la Cina</b> .....	pag. 5
<b>I distretti industriali</b> .....	pag. 5
<b>I canali distributivi</b> .....	pag. 5
<b>I principali gruppi statunitensi ed europei</b> .....	pag. 6
<b>Camera nazionale della moda italiana: risponde il presidente Mario Boselli</b> .....	pag. 7
<b>Risponde Michele Tronconi, presidente di Smi (Sistema moda Italia)</b> .....	pag. 9
<b>I principali gruppi italiani</b> .....	pag. 11
<b>Vestiaro esterno donna, uomo e bambino</b> .....	pag. 12
<b>Jeans, casual e abbigliamento sportivo</b> .....	pag. 13
<b>Maglieria esterna, intimo, costumi da bagno</b> .....	pag. 14
<b>Calzetteria, camiceria, cravatte e foulard</b> .....	pag. 14
<b>Calzature, calzature sportive e pelletteria</b> .....	pag. 15
<b>Biancheria casa</b> .....	pag. 15
<b>Gli investimenti in pubblicità</b> .....	pag. 16
<b>Indicatori gestionali: roi, rotazione magazzino, durata dei crediti e dei debiti</b> .....	pag. 16
<b>I risultati delle principali imprese produttrici di abbigliamento, calzature, pelletteria in Italia</b> .....	pag. 19

DIRETTORE RESPONSABILE: Pier Carlo Garosci

COORDINAMENTO: Luca Salomone

RICERCHE DOCUMENTALI: Silvana Dell'Ernia

DIRETTORE VENDITE PUBBLICITÀ: Dario Rota

#### FONTI DI RIFERIMENTO

Aimpes, Anci, Associazioni industriali, Area Studi Diomedea, Bain&Co, Confindustria, Eurorating, Fortune, Ice, Istat, Mediobanca, Nielsen, Pambianco, Sistema Moda Italia.

#### REDAZIONE E PUBBLICITÀ

Via Bodoni, 2 - 20155 Milano - Tel. 023 271 646 - Fax. 023 271 840

e-mail: redazione@largoconsumo.it

sito: WWW.WEARABLES.MERCATOITALIA.INFO

© Copyright 2010 Editoriale Largo Consumo srl

## Europa in pole position



*I primi segnali di ripresa della domanda potrebbero esserci nel 2010. Un forte rallentamento è stato avvertito già nell'ultimo trimestre 2008, e poi una grave caduta nel primo semestre 2009. Tutti i settori ne sono stati coinvolti, compreso quello dell'abbigliamento e delle calzature. Negli Stati Uniti la crisi è cominciata prima ed è stata più severa, tanto che sono state penalizzate le vendite dell'intero 2008 e ancora più pesantemente quelle del primo semestre 2009. Non sono mancate alcune eccezioni, con incrementi superiori al 20%, come quelle di Coach, Guess e Tommy Hilfiger. Per Polo Ralph Lauren le vendite del 2009 sono rimaste sostanzialmente stazionarie, mentre i profitti si sono dimezzati.*

*L'Europa è in posizione migliore, anche perché le imprese hanno distribuito il rischio su più mercati, mantenendo una quota delle esportazioni mondiali tra il 29% e il 38%. Le principali aziende europee della moda hanno chiuso il 2008 con incrementi fra il 5% e il 10%. Anche in Europa vi sono stati alcuni risultati molto positivi. Le vendite di Burberry hanno registrato un incremento del 21% e quelle del gruppo Inditex del 10%. All'opposto, la francese Christian Lacroix (ricavi di 30 milioni di euro e perdite di 10 milioni) ha avviato la procedura fallimentare, al cui controllo è interessato il gruppo Borletti. E alla fine del 2008 la mitica Chanel ha ridotto gli organici di 200 unità.*

*La produzione italiana sta mantenendo un'elevata quota di mercato nell'abbigliamento, come secondo Paese esportatore nel mondo. Il settore dei tessuti è quello maggiormente colpito dalla crisi. Nonostante l'erosione da parte della Cina, il tessile italiano mantiene una quota superiore al 7% delle esportazioni mondiali. Nei prodotti di cuoio e nelle calzature l'Italia ha una share mondiale del 13,6%. Lo sviluppo dell'internazionalizzazione è sicuramente la leva strategica più importante. Negli ultimi quattro anni le imprese italiane con partecipazioni all'estero sono aumentate del 22% e hanno aumentato i fatturati all'estero del 27%.*

S.T.

Scaricato da



www.largoconsumo.info