

I NUMERI DEL MERCATO

PELLETTERIA

L'export come volano del settore

di Chiara Mandelli

Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/032012/PL-0312-005.pdf (Pelletteria e valigeria)

Si conferma l'export il volano della crescita del comparto pelletteria secondo Aimpes, l'associazione italiana manifatturiera pelli e succedanei, che ha registrato per i primi dieci mesi del 2012 una crescita del 21,8% rispetto al 2011, per un valore complessivo di 4,2 miliardi di euro. In una formula, mentre il mercato interno aranca, come tutto il sistema moda italiano, da circa due anni i mercati esteri fanno la parte del leone e, grazie alla crescita a due cifre delle esportazioni, sostengono il settore. Il made in Italy, soprattutto in un settore come questo dove la qualità e la manualità artigianale dei manufatti svolgono un ruolo fondamentale, resta una carta vincente all'estero. Soprattutto nei Paesi extraeuropei (i cosiddetti Brics, a cominciare proprio dal Brasile), che stanno vivendo una fase di espansione economica e sociale, nei quali un oggetto made in Italy – in particolar modo una borsa da donna prodotta in Italia –, rappresenta uno status symbol irrinunciabile.

Come spiega il consuntivo elaborato dall'ufficio studi Aimpes, «quando si parla di export e del volano di crescita che questo rappresenta per le aziende con tale vocazione, si deve parlare ormai, soprattutto, di export del lusso in senso stretto o comunque di quello di gamma alta dell'offerta; quasi sempre con il comune denominatore rappresentato dalla notorietà del brand, che continua a essere l'elemento attrattivo per i consumatori, specie dei Paesi

emergenti». La crescita del reddito pro capite, lo sviluppo di una nuova classe sociale, la borghesia urbana, estremamente influenzata dal richiamo dei brand, sono fattori fondamentali per comprendere le performance dell'export. Se le marche più prestigiose volano, è in grave affanno la produzione di fascia media e medio/bassa, che non trova ormai più sbocchi neanche nel mercato interno, a causa della crisi economica.

Il mercato brasiliano

Vediamo nel dettaglio le voci dell'export. Da gennaio a ottobre 2012 il fatturato estero delle borse per donna è stato di 2,7 miliardi (+22%), quello della piccola pelletteria di 718 milioni, delle cinture di 282 milioni delle valigie e articoli da viaggio di 251 milioni, e quello delle cartelle e borse da lavoro di 161 milioni. Il mix dei prodotti esportati evidenzia una forte domanda di borse per donna, che rappresentano il 65% del fatturato complessivamente realizzato nei mercati internazionali; ma tut-

ti i segmenti produttivi hanno visto decisamente migliorate le proprie performance di vendita. Crescono anche le esportazioni in quantità (+7,3%) e, anche in questo caso, i volumi più consistenti sono generati dalle vendite di borse per donna, il cui trend vede un incremento di quasi il 10%.

L'Europa cresce a un ritmo costante (+17% la domanda tra gennaio e ottobre), ma non mostra la stessa spinta propulsiva dei mercati oltreoceano (+29% la domanda proveniente da quest'area tra gennaio e ottobre). Come dicevamo, sono soprattutto le economie emergenti dei Paesi che fanno parte dei cosiddetti Brics a incrementare la richiesta di pelletteria made in Italy. Vediamo i dati: Cina (+50%), Emirati Arabi (+40%), Hong Kong (+31%), Singapore (+65%), Corea del Sud (+24%), Kazakistan (+75%), Russia (+19%) e Brasile (+168%). Proprio in Brasile, leader fra i mercati esteri per l'export del comparto, il valore complessivamente modesto del fatturato è comunque quasi triplicato rispetto al 2011. «Il lusso e il cosiddetto "bello

e ben fatto", come marchio di fabbrica della produzione pelletteria italiana, è vissuto in questi mercati come espressione del proprio status ed è nel contempo riconosciuto come capacità di espressione ai livelli più alti della tradizione manifatturiera del settore», spiegano nel consuntivo dell'Aimpes. Le esportazioni crescono anche in Europa, seppure con velocità inferiore. Danno l'input alla crescita, anche in questo caso, i prodotti di alta gamma, scelti per la qualità fiore all'occhiello del made in Italy. Considerando che metà delle esportazioni italiane sono destinate proprio ai Paesi europei, vediamo quali sono quelli più importanti. La Danimarca ha registrato una crescita del 45%, seguono: Francia (+32%), Regno Unito (+29%) e Turchia (+23%); fuori dall'Europa, Stati Uniti (+29%) e Giappone (+20%), consolidano verso l'alto una ripresa che aveva visto momenti di appannamento nell'ultimo biennio.

I numeri delle importazioni

Anche il mercato dell'import ha registrato una leggera crescita nei primi 10 mesi del 2012, pari al 2,6% sul 2011 ovvero in valore a 1,7 miliardi. Sono però esclusivamente i prodotti in pelle a registrare una performance positiva (+14,2%) e a riequilibrare le performance negative del sintetico. Calano infatti i prodotti realizzati in sintetico (-3,8%), con arretramenti generalizzati che hanno riguardato tutti i segmenti di prodotto realizzati in questi materiali. Le importazioni perdono il 23,5% in volume sottoli-

LE ESPORTAZIONI DI PELLETTERIA ITALIANA NEI PRINCIPALI PAESI: gennaio-ottobre 2012 (in euro, var. % e %)

Paesi	2012 (euro)	var. % '11/'12	2012 %	Paesi	2012 (euro)	var. % '11/'12	2012 %
Svizzera	771.925.035	3,60	18,34	Belgio	38.605.323	15,55	0,92
Francia	627.077.879	32,00	14,90	Taiwan	36.910.763	23,39	0,88
Stati Uniti	351.304.417	28,83	8,35	Turchia	25.222.281	22,66	0,60
Giappone	320.589.295	19,71	7,62	Grecia	23.816.432	-12,15	0,57
Hong Kong	317.964.244	31,37	7,55	Polonia	22.162.996	8,55	0,53
Germania	227.162.981	23,41	5,40	Australia	18.452.015	19,40	0,44
Corea del Sud	223.639.373	24,54	5,31	Canada	17.364.229	20,98	0,41
Regno Unito	222.532.441	28,89	5,29	Ucraina	14.836.141	28,83	0,35
Cina	127.759.583	50,06	3,04	Arabia Saudita	12.983.962	24,56	0,31
Spagna	116.941.064	12,48	2,78	Danimarca	12.249.323	45,37	0,29
Russia	106.883.166	19,05	2,54	Croazia	6.521.578	0,32	0,15
Paesi Bassi	82.714.771	23,37	1,97	Brasile	4.391.710	167,98	0,10
Singapore	63.216.567	64,51	1,50	Kazakistan	3.856.581	75,37	0,09
Austria	50.982.571	13,30	1,21	Altri Paesi	313.264.783	24,54	7,44
Emirati Arabi U.	47.538.224	40,16	1,13	Totale	4.208.869.728	21,79	100,00

Fonte: Aimpes

Largo Consumo

I NUMERI DEL MERCATO

PELLETTERIA

neando, specie per la fascia di prodotti media e medio/bassa, la fase di pesante recessione dei consumi nel nostro Paese.

Per quanto riguarda il mercato import, quindi, secondo la fotografia di Aimpes sono le borse per donna (come per le esportazioni) a giocare la parte più importante e a rappresentare quasi il 50% degli acquisti esteri, mostrando un leggero incremento (+3,1%) dovuto all'aumento del prezzo medio, che passa dai 17,3 euro del 2011 ai 23,3 euro del 2012. Di fatto, tutti i segmenti produttivi del settore mostrano contrazioni anche importanti, nei volumi d'acquisto. Per quanto riguarda le borse, il calo registrato si attesta al 21%. Ma da dove si importa e quali sono i Paesi che rappresentano i canali più importanti? Alla base di tutto c'è il costo del lavoro che premia i Paesi che riescono a essere competitivi strappando i prezzi inferiori. Come spiega nel dettaglio l'analisi dell'associazione italiana manifatturieri pelli e succedanei, «molti dei tradizionali mercati fornitori evidenziano, nel periodo, trend in decremento, Cina (-1,8%) e India (-7,4%) compresi; anche dal Vietnam, che ha rappresentato per molte aziende un'alternativa alla Cina per l'outsourcing produttivo nella fascia economica dell'offerta, gli acquisti sono in forte decelerazione (-27,4%), così come per i Paesi di riferimento del Nord-Africa Marocco (-6,6%) e Tunisia (-23%); il costo del lavoro locale, nettamente inferiore a quello cinese, è invece alla base del sostenuto ritmo di crescita della delocalizzazione in Indonesia, dalla quale le importazioni di pelletteria in Italia raddoppiano rispetto al 2011 (+102,8%). La delocalizzazione in Europa è principalmente rivolta a due mercati dell'Est, Bulgaria e Ungheria. L'import della Bulgaria, ove la manodopera è la meno costosa d'Europa, con una retri-

buzione oraria media del lavoro di 1,35 euro, ha visto una crescita del 32,6%; l'import dall'Ungheria, ove oltre al basso costo si trova una buona qualità dei livelli professionali della manodopera, è aumentato del 34,4%».

Restano asfittici, invece, i numeri macinati dal mercato interno italiano. Tra gennaio e novembre 2012 si è confermato il trend di calo degli acquisti di prodotti in pelle, come peraltro di abbigliamento, di calzature e di accessori. Le cifre parlano chiaro: in Italia per l'acquisto di pelletteria sono stati spesi circa 1,5 miliardi di euro, pari a una perdita del fatturato del 5% rispetto al 2011. In volume il calo si attesta al 4,4%. «Tutti i segmenti dell'offerta registrano andamenti negativi delle vendite, a eccezione delle cartelle da lavoro, che segnano una crescita del 7% a fronte di un prezzo medio in deciso ripiegamento (-23,8%). Per le borse da donna si registrano cali sia nel fatturato (-5,1%) sia nelle quantità (-5,3%)», precisa l'Aimpes.

L'insidia delle contraffazioni

Uno degli elementi di forte criticità allo sviluppo del made in Italy resta il fenomeno della contraffazione, che colpisce tutti i prodotti dell'ec-

cellenza italiana, appetibili all'estero proprio in virtù della loro qualità. Per comprendere l'entità del fenomeno basti ricordare che nel 2011 sono stati effettuati 79.000 controlli dalle forze dell'ordine, sono state elevate 8.700 sanzioni amministrative e 1.300 persone sono state segnalate all'Autorità giudiziaria. Impressionante il valore della merce sequestrata, spacciata per made in Italy: 37 milioni di euro. Non stiamo parlando soltanto del settore agro-alimentare, forse quello più noto all'opinione pubblica e che rappresenta il core business di questi pirati del mercato, ma anche di tutti gli altri comparti e soprattutto dei brand facilmente riconoscibili e più apprezzati dai consumatori di tutto il mondo.

Per quanto riguarda la pelletteria, la Guardia di Finanza spesso scopre oggetti - soprattutto borse da donna - marchiati come made in Italy e in realtà prodotti all'estero a prezzi stracciati. Dell'argomento si è occupata più volte **Milena Gabanelli**, nel programma televisivo della Rai *Report*. Il mercato parallelo dei falsi, infatti, gode di ottima salute anche a causa degli scarsi controlli da parte delle stesse griffe. In questo senso, non di rado la Guardia di Finanza si è imbattuta, special-

mente nel Sud Italia, in laboratori di pelletteria e di moda che impiegano lavoratori cinesi o di altre nazionalità a bassissimo costo e in aperta violazione di ogni norma di sicurezza sul lavoro, se non sconfinando addirittura, in alcuni casi, nello sfruttamento dell'immigrazione clandestina. C'è poi l'ambiguità di una norma che permette di marchiare come made in Italy prodotti che vengono realizzati in Italia soltanto parzialmente. Un richiamo all'etica dell'imprenditoria italiana che Gabanelli ha spiegato così: «In pratica stiamo trasferendo ai cinesi una competenza che è solo nostra e che tutto il mondo ci invidia. Alla base di questo processo di svilimento, non è il piccolo pellettiero ma, incredibile, l'industria del lusso, proprio chi non ne avrebbe bisogno. Infatti i cinesi si sono insediati là dove c'è un polo manifatturiero, e l'artigiano locale è andato a farsi benedire sotto i colpi della concorrenza sleale. Ma la logica dell'articolo di lusso è la stessa dell'articolo di largo consumo?». E ancora: «Allora se tu puoi fare la scarpa in Cina, mettere la suola in Italia e scriverci "made in Italy" perché la norma è così ambigua che te lo consente, lo fai. Addirittura qualche grande marchio può permettersi di fare la scarpa completa in Cina e poi cambiare l'etichetta. Sarebbe una frode. Ma un sistema che non protegge il vero made in Italy pare faccia comodo a tutti. Tranne a chi lo fa davvero e a chi compra, perché a un prezzo alto non corrisponde una qualità alta. Poi se vuoi fare una griffe e venderla a meno, e la vuoi fare in Cina, sarebbe solo corretto scriverlo. Il nostro mercato più importante è quello americano, si fida sempre meno di noi, perché sa che produciamo molto fuori, ma possiamo non dichiararlo».

LA PRODUZIONE DI PELLETTERIA IN ITALIA PER SEGMENTO: gennaio-novembre 2011-2012 (var. % novembre '12 / '11)

prodotto	genn.-nov. 2011			genn.-nov. 2012			var. %		
	Qua	Val	PM	Qua	Val	PM	Qua	Val	PM
Cinture	5.756	113.881	19,78	5.493	103.502	18,84	-4,6	-9,1	-4,8
Borsette	18.454	922.179	49,97	17.481	874.988	50,05	-5,3	-5,1	0,2
Valigie	1.383	87.300	63,13	1.268	81.722	64,44	-8,3	-6,4	2,1
Zaini	2.920	94.308	32,30	2.803	86.475	30,85	-4,0	-8,3	-4,5
Borsettoni	1.620	54.806	33,82	1.478	54.196	36,67	-8,8	-1,1	8,4
Articoli da lavoro	1.061	105.744	99,64	1.139	86.466	75,92	7,3	-18,2	-23,8
Portafogli	2.764	75.075	27,16	2.755	85.397	31,00	-0,3	13,7	14,1
Marocchineria	4.495	69.211	15,40	4.214	68.400	16,23	-6,3	-1,2	5,4
Tot. pelletteria	38.453	1.522.503	39,59	36.631	1.441.146	39,34	-4,7	-5,3	-0,6
Ombrelli	4.833	44.496	9,21	4.754	49.084	10,32	-1,6	10,3	12,1
Totale	43.286	1.566.999	36,20	41.385	1.490.230	36,01	-4,4	-4,9	-0,5

Fonte: Aimpes

Largo Consumo