

# MERCATO ITALIA

RAPPORTO SULLO STATO DELLE IMPRESE

**Abbigliamento-Calzature-Pelletteria** - Edizione 2008

Supplemento al n. 10/2008 di Largo Consumo

A cura di Sergio Terracina

|  |         |
|--|---------|
| Scenari/Mercato interno: Sotto la forbice dei prezzi.....  | pag. 2  |
| Scenari/Tendenze e strategie: Le nuove vie del fashion business.....                                     | pag. 4  |
| Scenari/Risorse umane: Per una filiera più trasparente.....  | pag. 6  |
| Scenari/Fibre naturali: Il re dei filati.....  | pag. 9  |
| I consumi domestici e l'andamento dei prezzi.....  | pag. 10 |
| Le filiere e il sistema moda per settore.....  | pag. 10 |
| Gli scambi commerciali con la Cina.....  | pag. 11 |
| I distretti industriali.....   | pag. 11 |
| I canali distributivi.....   | pag. 11 |
| Aimpes: risponde il presidente Giorgio Cannara.....  | pag. 12 |
| I principali gruppi statunitensi ed europei.....   | pag. 12 |
| Camera nazionale della moda italiana: risponde il presidente Mario Boselli.....                          | pag. 14 |
| Risponde Michele Tronconi (vicepresidente di Smi e presidente di Euratex).....                           | pag. 15 |
| I principali gruppi italiani.....  | pag. 16 |
| Vestiaro esterno donna, uomo e bambino.....  | pag. 17 |
| Jeans, casual e abbigliamento sportivo.....  | pag. 18 |
| Maglieria esterna, intimo, costumi da bagno.....   | pag. 19 |
| Calzetteria, camiceria, cravatte e foulard.....  | pag. 20 |
| Calzature, calzature sportive e pelletteria.....   | pag. 21 |
| Biancheria casa.....   | pag. 22 |
| Gli investimenti in pubblicità.....  | pag. 23 |
| Indicatori gestionali: roi, rotazione magazzino, durata dei crediti e dei debiti.....                    | pag. 24 |
| I risultati delle principali imprese produttrici di abbigliamento, calzature, pelletteria in Italia..... | pag. 26 |

DIRETTORE RESPONSABILE: Pier Carlo Garosci

COORDINAMENTO: Luca Salomone (capo servizio)

RICERCHE DOCUMENTALI: Silvana Dell'Ernia

DIRETTORE VENDITE PUBBLICITÀ: Dario Rota

#### FONTI DI RIFERIMENTO

Aimpes, Anci, Camera nazionale della moda italiana, Cegos, Confindustria, Cotton Council International, Euratex, Eurorating, Fashion economic trends, Fortune, Hay Group, Istat, Mediobanca, Movimprese, Nielsen media research, Pambianco, Sita Ricerca, Smi-Ati.

#### REDAZIONE E PUBBLICITÀ

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

e-mail: mercatoitalia@largoconsumo.it

sito: WWW.WEARABLES.MERCATOITALIA.INFO

#### INSERZIONISTI

Reed Midem (2ª di cop., diretto); Mercurio Misura (pag. 8, diretto); Verdict Research (4ª di cop., diretto).

© Copyright 2008 Editoriale Largo Consumo srl

COPERTINA: ELABORAZIONE LUIGI SCAGLIOTTI

## Un comparto troppo fast



L'industria della moda sta vivendo in tutto il mondo una fase di tensione, con continue accelerazioni e altrettanto frequenti arresti. Il cambio euro/dollaro penalizza le imprese europee, la crisi immobiliare sta influenzando pesantemente i consumi degli americani. Intercettare la domanda è quindi sempre più difficile. Non è certamente casuale il successo del cosiddetto "fast fashion", cioè dell'offerta di continue novità, a prezzi molto competitivi, che sostengono la domanda dei consumatori giovani e meno giovani. È questo uno dei motivi per i quali le catene Inditex e H&M trovano successo in tutto il mondo.

Contemporaneamente le imprese del cosiddetto "lusso", le grandi griffe internazionali, stanno incrementando vendite e redditività, anche grazie all'allargamento della rete di punti di vendita monomarca.

Le imprese nelle medie posizioni sono le più esposte. Anche la domanda nei grandi magazzini statunitensi è in sofferenza e quindi alcune insegne sono in crisi.

Si accelera il processo di concentrazione, e la cessione a società di capitali.

Uno degli ultimi casi è quello di Samsonite. È in aumento la concorrenza internazionale tra le aziende globali. È in atto la battaglia del calcio tra Nike che ha acquisito l'inglese Umbro, e Adidas.

In Italia le imprese della moda stanno riposizionando le loro attività spostandole verso la fascia più alta del mercato. La necessità di investimenti le sta spingendo a cercare nuove risorse finanziarie anche attraverso l'ingresso in Borsa. Sono ben 13 le aziende italiane del tessile-abbigliamento-calzature attualmente quotate in Borsa, e sono annunciati altri arrivi entro l'anno. Oppure si realizzano accordi con investitori stranieri: un'azienda di Hong Kong ha acquisito Sergio Tacchini e una indiana il marchio Guru.

S.T.

Scaricato da



www.largoconsumo.info