



La Pellicceria in Italia nel 2005 e 2004
Produzione, Distribuzione e Consumo
Caratteristiche ed evoluzione del settore

PAMBIANCO Strategie di Impresa ha ripetuto per conto di AIP la ricerca svolta nel 2005 sui valori, sulle caratteristiche e sull'andamento del settore pellicceria (prodotti finiti) in Italia negli anni 2004 (consuntivo), 2005 (stimato) e 2006 (previsioni).

I risultati sono stati ottenuti attraverso l'analisi dei bilanci di un campione di 158 aziende che rappresentano oltre il 75% del valore della produzione nazionale e l'analisi delle risposte dei questionari inviati ad un campione di 50 Aziende.

Lo studio, come per lo scorso anno, si è posto l'obiettivo di monitorare sia in termini quantitativi che qualitativi l'andamento di un settore di nicchia, ma molto importante per caratterizzare con contenuti di lusso e di glamour le collezioni delle più prestigiose e lussuose griffe del mondo.

CONTENUTI

• <i>Metodologia</i>	<i>pag.</i>	4
• <i>Struttura del campione</i>		5
• <i>Il contesto di mercato della Pellicceria</i>		7
• <i>Valore della produzione totale pellicceria e ricarichi per destinatari</i>		8
• <i>Andamento della produzione di pellicceria per destinatari</i>		9
• <i>Andamento consumo pellicceria in Italia</i>		10
• <i>Ripartizione consumo per canale distributivo</i>		11
• <i>Confronto del consumo di pellicceria con gli altri settori della moda</i>		12
• <i>Principali paesi di import ed export</i>		13
• <i>Luogo di concia e di produzione</i>		17
• <i>Distretti di produzione</i>		19

METODOLOGIA

La presente ricerca è stata svolta sulla base di:

- *Analisi dei questionari indirizzati ad un campione di soci AIP e raffronto con quelli del 2004.*
- *analisi dei bilanci aziendali di 158 aziende del settore, associati e non associati AIP.*
- *analisi di dati di settore, ricerche di mercato e banche dati*
- *stime e valutazioni Pambianco.*

Per pellicceria si intendono capi interamente in pelliccia (inclusi capi in shearling), accessori in pelliccia e capi misti in pelliccia/altro materiale.

IL CONTESTO DI MERCATO DELLA PELLICCERIA

Il Settore Pellicceria

- *Nel settore della moda permane l'attenzione registrata negli ultimi anni sul prodotto pellicceria, grazie alle griffe della moda che hanno innovato profondamente il prodotto e alle Aziende del settore che hanno supportato gli stilisti nel lavoro di ricerca.*
- *Le aziende del settore continuano ad investire in ricerca ed innovazione di prodotto favorendo così un'ulteriore crescita dei consumi ed un miglioramento dei margini indispensabile per mantenere ed incrementare la posizione nel mercato. Le importazioni, pur cresciute del 16%, rappresentano pur sempre solo il 6% della produzione.*
- *Si accresce, per questa forte competenza di prodotto, l'attrazione del settore italiano della pellicceria verso le griffe internazionali, che producono le proprie pellicce in Italia.*
- *Lo sviluppo negli ultimi anni di un nuovo segmento, il super lusso, e di un ruolo più ostentativo della moda hanno favorito la crescita dei consumi della pellicceria, prodotto per eccellenza maggiormente abbinabile alla ricchezza ed alla preziosità.*
- *Nel settore appaiono sempre più distinte le due tipologie di Aziende: quelle operanti prevalentemente nel mondo "fashion", che crescono significativamente, e quelle operanti nel canale tradizionale che crescono poco. Nelle aziende del campione si evidenziano infatti diverse situazioni di forte crescita e altrettante di importanti cali.*

La pelliccia in generale

- *Si consolida l'atteggiamento del mercato verso la pelliccia, completamente sdoganata e diventata ormai un **accessorio moda** come le borse, le scarpe,... ed entrata così a pieno titolo nel sistema moda.*
- *La pelliccia **perde il suo significato intoccabile** per **trasformarsi in un tessuto nobile**, al cui valore intrinseco si aggiunge il valore della trasformazione.*
- *La **misura e la forma media dei capi si snellisce e si accorcia** assumendo forme inusuali (dominio di microgiacchini e trench)*
- *Il **pelo stesso viene alleggerito, sfoltito e sfrangiato** per renderlo morbido e leggero come un drappeggio e per alleggerirlo nel peso e nel comfort di indosso.*

Il Prodotto misto pelliccia-tessuto

- *La pelliccia **mista**, tipica delle **secondo linee** degli stilisti, è caratterizzata da una **sapiente combinazione di tessuto (prevalente) e pelliccia**, che ne riduce considerevolmente il costo rispetto al capo tutto in pelliccia.*
- *La pelliccia diventa pertanto meno costosa e quindi appetibile anche dalla **consumatrice giovane e giovanissima**, che non poteva permettersi una pelliccia tradizionale ma che è attenta all'evoluzione della moda.*
- *Si vendono perciò pellicce di **prezzo medio inferiore** a quelle tradizionali, ma **se ne vendono molte di più**.*
- *La pelliccia da prodotto dedicato ad un consumatore over 40 è diventata **elemento cool indossato dai giovani**.*
- *Si è passati **dal total look al dettaglio**, dal **monocolore all'esplosione cromatica** (colori acidi).*
- *Da **prodotto da conservare "intonso" negli anni**, al materiale **"trasformato"**: **rasato, arricciato, colorato, mischiato con altri tipi di pellami, tagliato e sfrangiato asimmetricamente**.*

- *Non è più il tipo di pelo , bensì il suo **contesto d'uso** a caratterizzare il prodotto.*
- *Vi è un'applicazione a contesti inusuali e sorprendenti, **su borse, calzature e gioielli.***
- *Queste trasformazioni l'hanno reso poi un **prodotto sempre più idoneo anche per l'uomo,** non solo nel dettaglio ma anche nell'intero capo outwear o in capi che richiamino l'800 (mantelle e sciarpe).*
- *Infine si registra un **utilizzo crescente anche nell'ambito domestico,** coperte, cuscini, tappeti rasati ,...*
- *Questo prodotto, diverso da stagione a stagione, ha un **ciclo di vita più breve** che ne accresce il consumo.*

Il Prodotto tutto-pelliccia

- *Nelle ultime sfilate si è osservato, sull'onda probabilmente del look "bon ton" di tendenza della moda, un numero crescente di **capi interamente in pelliccia** presentati dagli stilisti nelle loro **prime linee**.*
- *Si tratta di capi realizzati con **pelli pregiate**, in **colori naturali** e con **lavorazioni di grande tradizione artigianale**.*
- *Il **prezzo è probabilmente difficile da raggiungere** per la gran parte delle signore .*
- *Questo però provocherà, nei prossimi anni, l'allargamento del desiderio della pelliccia "full fur" presso una fascia di consumatrici sopra i 35 anni e con un buon potere d'acquisto.*

STRUTTURA DEL CAMPIONE

CAMPIONE 2005			Dati 2005 (milioni €)
Bilanci esaminati	158	Fatturato generale	695
Questionari ricevuti	55	Fatturato pellicceria	521
		Copertura produzione pellicceria	76%
		Valore (façon) produzione pellicceria	675
		Numero occupati (2004)	2.771
CAMPIONE 2004			Dati 2004 (milioni €)
Bilanci esaminati	130	Fatturato generale	658
Questionari ricevuti	39	Fatturato pellicceria	451
		Copertura produzione pellicceria	69%
		Valore (façon) produzione pellicceria	650
		Numero occupati (2003)	2.162

Il campione esaminato nel 2005 risulta essere più numeroso e quindi più rappresentativo del settore pellicceria.

VALORE PRODUZIONE TOTALE PELLICCERIA ⁽¹⁾ E RICARICHI PER DESTINATARI**Anno 2005**

	Façon	<i>Ricarico sulla façon</i>	Valore Wholesale	<i>Δ% 04 - 05</i>	<i>Ricarico della distribuzione</i>	Valore Retail	<i>Δ% 04 - 05</i>
MARCHI DI PELLICCERIA	420	-	420	+2%	1,8	750	+1%
GRIFFE	230	1,7	394	+8%	2,0	785	+8%
MARCHI DI ABBIGLIAMENTO	25	1,5	36	+2%	1,8	65	+1%
TOTALE	675		850	+5%	1,9	1.600	+4%

Fatturato del campione

(158 Aziende)

521**Copertura del campione****77%**

Con l'inserimento di altre 28 aziende, il campione acquista una significatività ancora più elevata (77%). Sulla base dei dati raccolti si valuta che la **produzione** totale delle aziende di pellicceria sia stata, nel 2005, pari a € **675 milioni**. Tenuto però conto che il fatturato delle aziende di pellicceria diretto alle griffe ed ai marchi di abbigliamento viene da essi ricaricato prima del passaggio alla distribuzione, si stima che il valore **wholesale** della pellicceria sia stato in realtà di € **850 milioni** e il valore **retail**, dopo il ricarico della distribuzione, di € **1.600 milioni**.

ANDAMENTO DELLA PRODUZIONE DI PELLICCERIA PER DESTINATARI

Valori in milioni di Euro

Wholesale

	2004	Δ (%) 04 - 03	2005 stima	Δ (%) 05 - 04	2006 previsione	Δ (%) 05 - 06
MARCHI DI PELLICCERIA	410 51	- 2	420 50	+ 2	423 48	=
GRIFFE	365 45	+ 11	394 46	+ 8	420 48	+ 7
MARCHI DI ABBIGLIAMENTO	35 4	=	36 4	+ 3	37 4	+ 3
TOTALE	810 100	+ 3	850 100	+ 5	880 100	+ 5

Retail

	2004	Δ (%) 04 - 03	2005 stima	Δ (%) 04 - 05	2006 previsione	Δ (%) 06 - 05
MARCHI DI PELLICCERIA	740 48	- 2	750 46	+ 1	760 46	+ 1
GRIFFE	730 48	+ 11	785 50	+ 7	842 50	+ 7
MARCHI DI ABBIGLIAMENTO	65 4	=	65 4	=	68 5	+ 5
TOTALE	1.535 100	+ 3	1.600 100	+ 4	1.670 100	+ 4

Sulla base delle risposte ai questionari inviati si valuta che nel 2006 le griffe e i marchi di abbigliamento rappresentino, sia a valori wholesale che retail, quasi il 55% del valore dell'intero settore pellicceria.

ANDAMENTO CONSUMO PELLICCERIA IN ITALIA*Valori in milioni di Euro*

	2004	2005 stima	Δ (%) 05 - 04	2006 previsione	Δ (%) 06 - 05
PRODUZIONE	810	850	+ 5	880	+ 3
ESPORTAZIONE (1)	121 (2)	145	+ 6	155	+ 6
IMPORTAZIONE (1)	44 (2)	51	+ 16	58	+ 14
CONSUMO (valori wholesale)	733	756	+ 3	783	+ 3
<i>Ricarico medio</i>	1,9	1,9		1,9	
CONSUMO (valori retail)	1.395	1.437	+ 4	1.487	+ 3

Il valore del consumo apparente di pellicceria in Italia nel 2005, ottenuto deducendo le esportazioni e sommando le importazioni e la produzione, è valutato in € 1.437 milioni. Questo valore, dovuto soprattutto all'incremento della produzione interna, risulta in crescita del 4% rispetto al 2004. Da notare che la crescita stimata per questo periodo dagli operatori intervistati era leggermente superiore (€ 1.500 milioni).

(1) Non vengono considerati i capi misti a base prevalente pelle o tessuto e i capi delle griffe che vengono esportati sotto voce doganale diversa.

(2) I dati riportati sono quelli definitivi e risultano leggermente diversi da quelli stimati nel 2005 sulla base del periodo Gen-Ott 2004.

RIPARTIZIONE DEL CONSUMO PER CANALE DISTRIBUTIVO

Valori retail in milioni di Euro


CLIENTI	2004	Δ (%) 03 - 04	2005 stima	Δ (%) 04 - 05
NEGOZI ABBIGL. MODA (1)	725 52	+ 9	790 55	+ 9
<i>Monomarca</i>	510 70	+ 10	553 70	+ 8
<i>Plurimarca</i>	215 30	+ 8	237 30	+ 10
NEGOZI SPECIALISTI PELLICCERIA	515 37	- 5	489 34	- 5
GRANDE DISTRIBUZIONE	155 11	+ 3	158 11	+ 2
TOTALE	1.395 100	+ 3	1.437 100	+ 3

Nella distribuzione di pellicceria, nel 2005, stanno aumentando l'incidenza dei negozi di abbigliamento moda (in particolare i monomarca delle griffe), attraverso i quali viene distribuito il 55% del consumo, con una crescita del 9% nel 2004, mentre sono in calo (-5%) i negozi specialisti di pellicceria e in leggera crescita la grande distribuzione (+2%).

(1) Griffes e Marchi di Abbigliamento

CONFRONTO DEL CONSUMO DI PELLICCERIA CON GLI ALTRI SETTORI DELLA MODA (1)*Valori wholesale in milioni di Euro*

Settori	2004 consuntivo	2005 stima	Δ (%) 05 - 04
ABBIGLIAMENTO (2)	21.884	22.300	+2
<i>di cui</i>			
ABBIGLIAMENTO PELLE	552 2,5	570 2,5	+3
PELLICCERIA	733 3,3	756 3,4	+3
CALZATURE	3.379	3.410	+1
PELLETTERIA	1.538	1.570	+2

**Valore
Abbigliamento
Pelle allargato**

1.326 (5,9%)

Si stima che il settore della pellicceria abbia rappresentato, nel 2005, il 3,4% del consumo di abbigliamento in Italia e sia cresciuto del 3% rispetto al 2% dell'abbigliamento nel suo complesso. Il mondo dell'abbigliamento pelle allargato alla "pelle senza pelo" ha rappresentato circa il 6% del totale ed è cresciuto complessivamente del 3,2%.

(1) Fonti: dati ufficiali SMI, ANCI e AIMPES

(2) Inclusa la Pellicceria

PRINCIPALI PAESI DI IMPORT ED EXPORT

Valori wholesale in milioni di Euro

EXPORT (1)			
Paese	2004	2005	Δ%
Russia	34,0 28	35,9 25	+5
Usa	12,6 10	18,6 13	+48
Francia	14,7 12	16,3 11	+11
Spagna	5,3 4	7,9 6	+50
Germania	7,0 6	7,2 5	+3
Giappone	6,6 5	6,5 5	-1
Regno Unito	4,9 4	5,6 4	+16
Hong Kong	4,6 4	5,2 4	+14
Altri	30,9 26	38,3 27	+24
TOTALE	120,5 100	141,5 100	+17

IMPORT (1)			
Paese	2004	2005	Δ%
Cina	13,7 32	19,3 38	+41
Hong Kong	15,4 36	15,6 31	+2
Grecia	6,5 15	7,5 14	+16
Francia	0,7 2	1,4 3	+118
Germania	0,4 1	0,6 1	+102
Usa	0,5 1	1,1 2	+45
Regno Unito	0,3 1	0,4 2	+27
Spagna	0,3 1	0,4 2	+39
Altri	5,4 15	5,2 13	-3
TOTALE	43,1 100	51,4 100	+19

La **Russia** continua ad essere la prima destinazione del prodotto di pelliccia, anche se la sua incidenza rispetto al 2004 risulta in leggero calo, passando dal 28% al 25%. Gli **Stati Uniti** sono in forte aumento (48% sul 2004), e hanno rappresentato il 13% delle esportazioni a differenza del 11% dell'anno precedente.

(1) Le voci prese in considerazione sia per le esportazioni sia per le importazioni sono relative ai prodotti con codici ATECO e descrizioni seguenti:
43031010 - Indumenti ed accessori di abbigliamento di pelli da pellicceria di foca
43031090 - Indumenti ed accessori di abbigliamento di pelli da pellicceria, esclusi quelli della voce precedente

*Seguono i principali paesi europei come la Francia, la Spagna e la Germania tutte in aumento. Tra questi ultimi andamenti appare interessante il forte incremento della **Spagna**, aumentata di circa il 50% sull'anno precedente.*

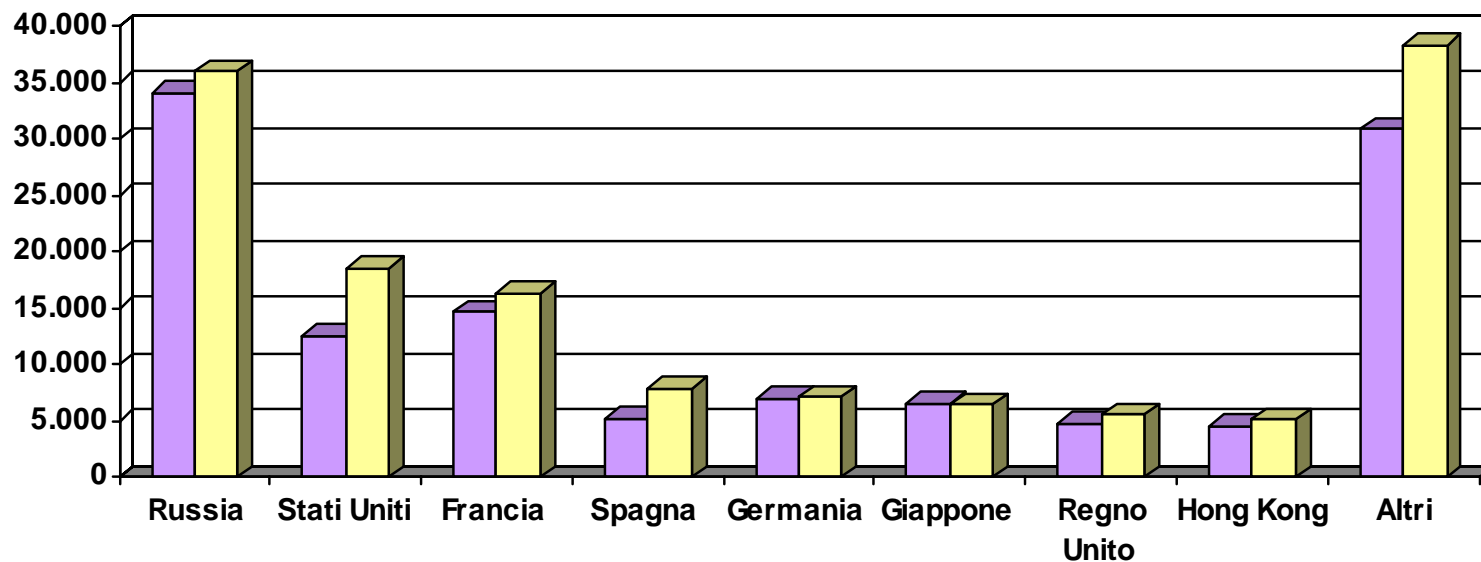
*Le **importazioni** di pellicceria continuano a provenire principalmente dalla Cina, che ha aumentato notevolmente l'incidenza rispetto al 2004, passando dal 32% al 38% del settore. Relativamente al 2005 emerge inoltre un leggero calo di rappresentatività di Hong Kong, dal 36% al 31% e un forte aumento di paesi come la Francia e la Germania, che però continuano ad incidere in misura minima sull'intero settore.*

COMMERCIO ESTERO PELLICCERIA

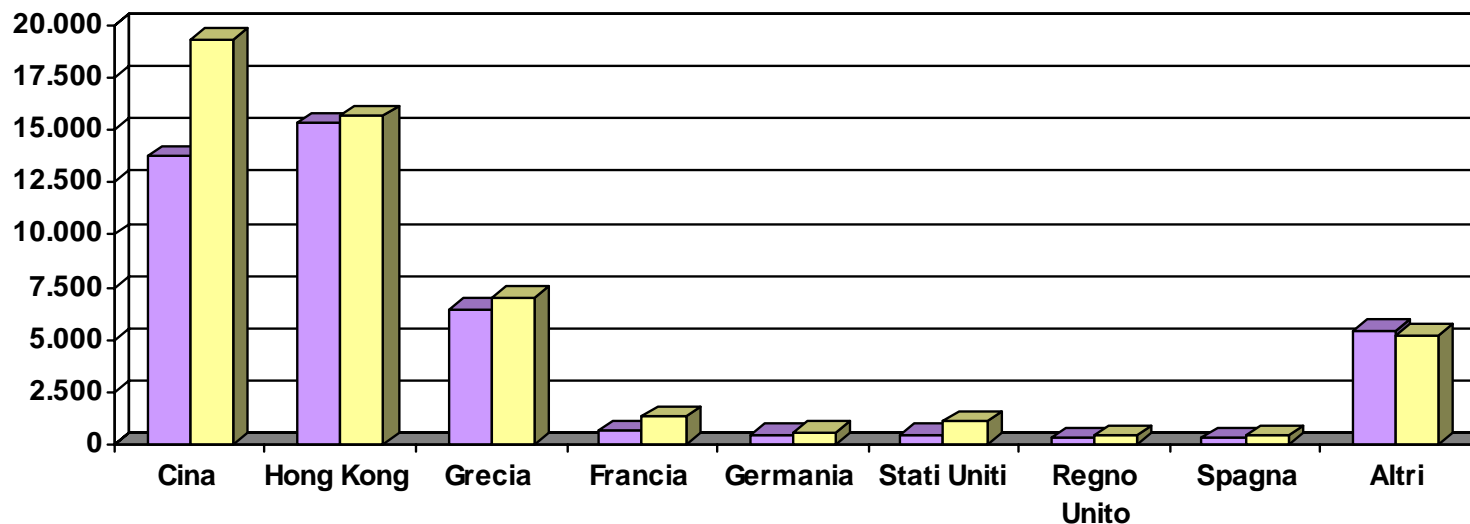
Valori in migliaia di Euro

2004 2005

EXPORT



IMPORT



LUOGO DI CONCIA E DI PRODUZIONE (aziende del campione)*Valori percentuali*

Area	CONCIA		CONFEZIONE	
	2004	2005	2004	2005
Solo ITALIA	56	46	59	57
sia ITALIA che ESTERO	40	52	39	41
Solo ESTERO	4	2	2	2
TOTALE	100	100	100	100

La **concia** di prodotti di pellicceria viene svolta sia all'estero che in Italia, a differenza di quanto è emerso nel 2004 dove l'Italia era l'area di produzione principale. Relativamente alla **confezione**, invece, l'Italia risulta essere ancora il luogo in cui la maggior parte delle aziende del campione decide di svolgerla. Solo il **2%** dichiara di effettuare sia la concia che le confezioni viene fatta esclusivamente all'estero.

DISTRETTI DI PRODUZIONE (aziende del campione)*Valori percentuali*

	2004	2005
LOMBARDIA	34	32
TOSCANA	28	25
VENETO	20	22
CAMPANIA	6	8
ALTRI	12	13
TOTALE	100	100

I principali distretti di produzione di pellicceria risultano gli stessi del 2004 e continuano a presentarsi con lo stesso ordine di importanza, con la Lombardia, la Toscana ed il Veneto che rappresentano circa il 80% della produzione.