



## La Pellicceria in Italia nel 2012

### Produzione, Distribuzione e Consumo

### Caratteristiche ed evoluzione del settore

***PAMBIANCO Strategie di Impresa ha svolto di nuovo per conto di AIP la ricerca condotta nello stesso periodo dello scorso anno nel corso dei mesi di dicembre 2012 e gennaio 2013 sui valori, sulle caratteristiche e sull'andamento del settore pellicceria (prodotti finiti) in Italia negli anni 2011 (consuntivo), 2012 (stimato) e 2013 (previsioni).***

***I risultati sono stati ottenuti attraverso l'analisi delle risposte ai questionari e dei bilanci di un campione di Aziende molto simile a quello del 2011. Si stima che questo campione rappresenti, come nel 2011, il 75% del valore della produzione nazionale.***

***L'obiettivo dello studio è di monitorare sia in termini quantitativi che qualitativi l'andamento di questo settore molto importante nel mondo del lusso***

- Metodologia	<i>pag.</i>	4
- Il settore della pellicceria in Italia		5
- Risultati dell'analisi		6
- Analisi dell'andamento della produzione		7
- Analisi dell'andamento del consumo		15
- Analisi dell'andamento del commercio estero		21
- Conclusioni		23
- Allegato		25

La presente ricerca è stata svolta attraverso:

- Analisi di 59 risposte ai questionari (vedi allegato) indirizzati ad un campione di operatori del settore e raffronto con le risposte dello scorso anno.
- Analisi dei bilanci aziendali di 131 Aziende, associate e non associate 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.***

## CARATTERISTICHE DEL SETTORE

- Il 2012 è stato per il settore pellicceria un anno negativo sia per la produzione italiana, il cui valore di façon è diminuito rispetto al 2011, ma soprattutto per l'importante aumento dei prezzi delle materie prime che ha fortemente accentuato la diminuzione in termini di volumi e inciso sui margini delle aziende.
- Nel 2012 sono state pochissime le aziende in crescita e molto più numerose le aziende in calo.
- Il calo di fatturato ha riguardato soprattutto le aziende che vendono prevalentemente in Italia. Infatti rispetto ad un calo medio del fatturato del campione pari al 7%, le aziende che hanno come mercato di destinazione solo quello domestico hanno mediamente registrato un calo del 35% mentre quelle che vendono anche all'estero sono riuscite a contenere la diminuzione al 4%.
- Si è infine mantenuto sostanzialmente stabile il numero delle aziende del campione che hanno cessato l'attività o sono in liquidazione.

## RISULTATI – CONFRONTO 2012 – 2011

		2011	2012	$\Delta\%$ 12-11
<b>Significatività del campione</b>				
• Aziende analizzate	Numero	205	190	-7
• <i>di cui</i> cessate o in liquidazione	Numero	23	22	-4
• Incidenza sul fatturato totale	%	75	75	
<b>Produzione di Pellicceria</b> (valore di façon)				
	Milioni di €	<b>695</b>	<b>647</b>	<b>-7</b>

- Il **numero delle Aziende** analizzate è inferiore a quello dello scorso anno, soprattutto a causa delle chiusure del 2011, **ma** si stima che la **significatività** del campione sia rimasta invariata.
- La **produzione italiana di pellicceria** (a valore di **façon**) è ammontata nel 2012 a **647 milioni di euro**. Tale valore è **diminuito del 7%** rispetto a quello del 2011.
- Però i prezzi delle **pelli per la pellicceria** sono aumentate in maniera significativa. L'**aumento medio** è stato infatti del **32%** circa ed ha inciso sul valore finale, aumentando il prezzo unitario dei capi venduti di circa il **15%**, .
- Ne deriva che il **calo effettivo della produzione italiana** (sempre a valori di façon) in termini di **volumi** sia stato quindi **intorno al 22%**.

# ANALISI DELL'ANDAMENTO DELLA PRODUZIONE

## PRODUZIONE PELLICCERIA E RICARICHI PER COMMITTENTI

Anno 2012

	Façon		$\Delta\%$ 12 - 11	Ricarico sulla façon	Valore Wholesale	$\Delta\%$ 12 - 11	Ricarico della distribuzione	Valore Retail	$\Delta\%$ 12 - 11
MARCHI DI PELLICCERIA	420	65	-10	-	420	-10	1,8	757	-10
GRIFFE	201	31	-7	1,7	341	-7	2,0	682	-7
MARCHI DI ABBIGLIAMENTO	26	4	+86	1,5	39	+86	1,8	70	+86
<b>TOTALE</b>	<b>647</b>	<b>100</b>	<b>-7</b>		<b>800</b>	<b>-6</b>	<b>1,9</b>	<b>1.508</b>	<b>-6</b>

- Il valore **wholesale 2012** della pellicceria, il quale tiene conto del ricarico della produzione effettuato da parte delle griffe e dei marchi di abbigliamento prima del passaggio alla distribuzione, è stato di **800 milioni di euro**, in calo del **6%** rispetto al 2011 (853 milioni di euro).
- Il valore **retail**, tenuto conto anche del ricarico della distribuzione, è anch'esso diminuito (-6% rispetto al 2011), attestandosi a **1.508 milioni di euro**.

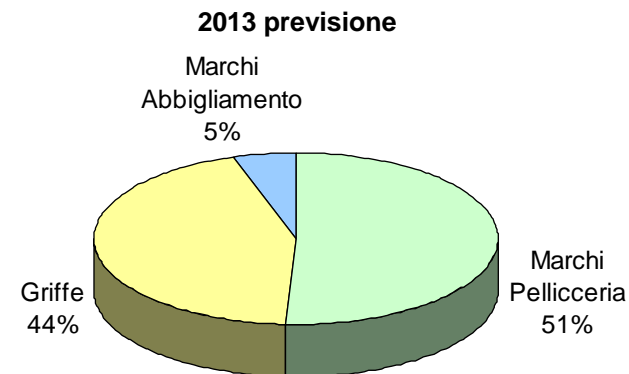
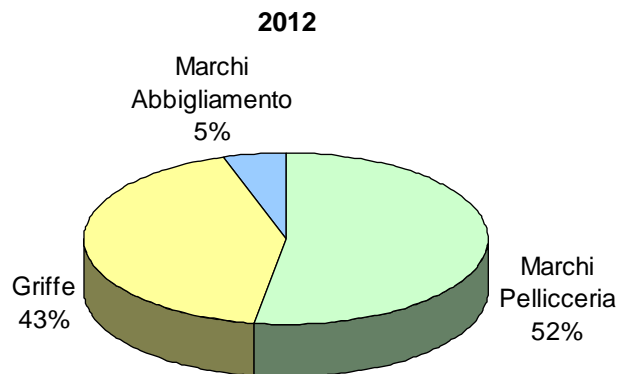
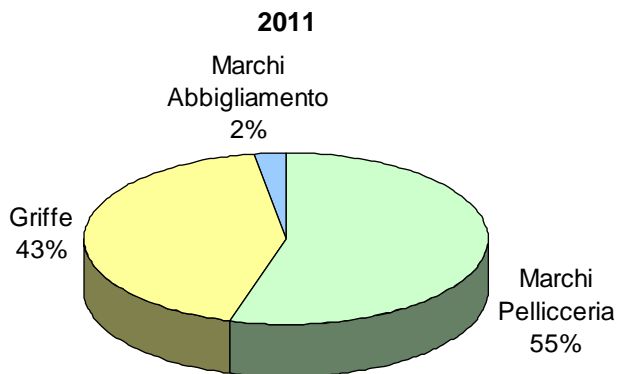


## ANDAMENTO DELLA PRODUZIONE PER COMMITTENTI e PREVISIONI 2013 A VALORI WHOLESALE

Valori in milioni di Euro

### Wholesale

	2011	$\Delta\%$ 11 - 10	2012	$\Delta\%$ 12 - 11	2013 previsione	$\Delta\%$ 13 - 12
MARCHI DI PELLICCERIA	466 <b>55</b>	<b>+23</b>	420 <b>52</b>	<b>-10</b>	393 <b>51</b>	<b>-6</b>
GRIFFE	367 <b>43</b>	<b>-3</b>	341 <b>43</b>	<b>-7</b>	343 <b>44</b>	<b>+1</b>
MARCHI DI ABBIGLIAMENTO	21 <b>2</b>	<b>-18</b>	39 <b>5</b>	<b>+86</b>	39 <b>5</b>	<b>-</b>
<b>TOTALE</b>	<b>853 100</b>	<b>+9</b>	<b>800 100</b>	<b>-6</b>	<b>775 100</b>	<b>-3</b>



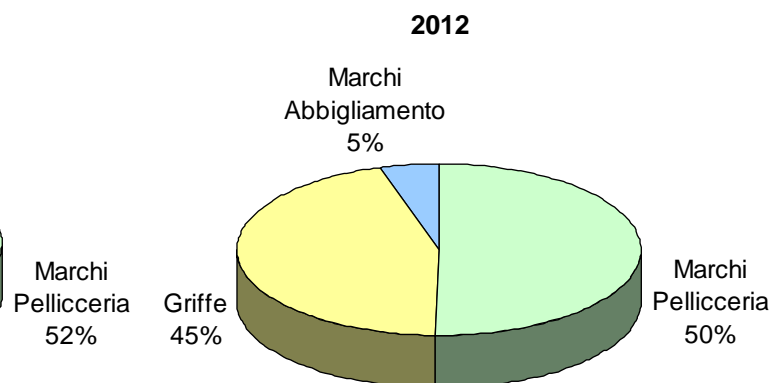
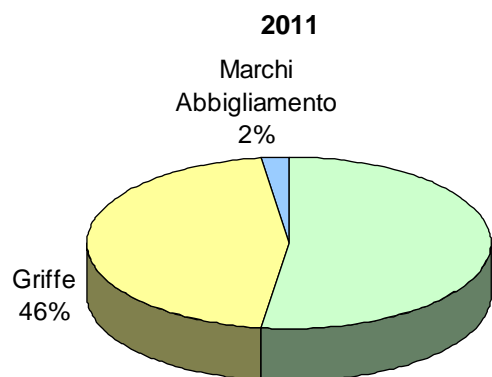
## ANDAMENTO DELLA PRODUZIONE PER COMMITTENTI

- L'incidenza a valore **wholesale** dei **marchi di pellicceria** sul totale è **diminuita nel 2012 di 2 punti percentuali** rispetto al 2011, quella delle **griffe è rimasta uguale** e quella dei **marchi di abbigliamento è aumentata di 3 punti**.
- Per il **2013** la previsione è che la **produzione** sarà ancora in calo, ma in misura inferiore rispetto al 2012 **(-3%)**. A livello di incidenza dei comparti, crescerà lievemente l'**aumento percentuale delle griffes (+1%)** mentre i **marchi di pellicceria** diminuiranno **(-2%)** e quelli di **abbigliamento** rimarranno stabili.

## ANDAMENTO DELLA PRODUZIONE PER COMMITTENTI e PREVISIONI 2013 A VALORI RETAIL

Valori in milioni di Euro

<b>Retail</b>	2011	$\Delta\%$ 11 - 10	2012	$\Delta\%$ 12 - 11	2013 previsione	$\Delta\%$ 13 - 12
<b>MARCHI DI PELLICCERIA</b>	839 <b>52</b>	<b>+23</b>	757 <b>50</b>	<b>-10</b>	708 <b>48</b>	<b>-6</b>
<b>GRIFFE</b>	733 <b>46</b>	<b>-3</b>	682 <b>45</b>	<b>-7</b>	686 <b>47</b>	<b>+1</b>
<b>MARCHI DI ABBIGLIAMENTO</b>	38 <b>2</b>	<b>-18</b>	70 <b>5</b>	<b>+86</b>	70 <b>5</b>	<b>-</b>
<b>TOTALE</b>	<b>1.609 100</b>	<b>+8</b>	<b>1.508 100</b>	<b>-6</b>	<b>1.464 100</b>	<b>-3</b>

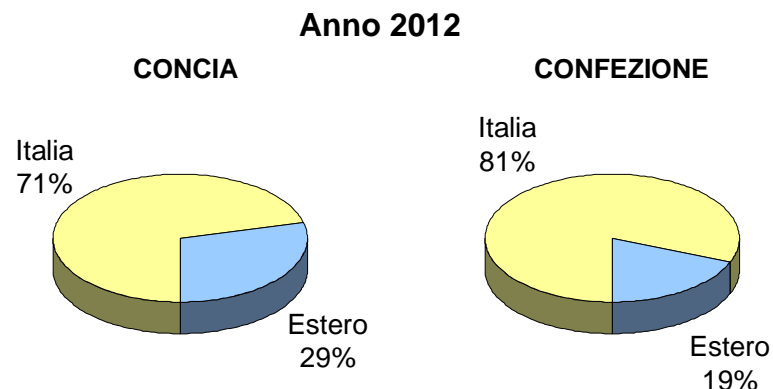


- A valori **retail**, l'incidenza dei **marchi di pellicceria** sul totale è **diminuita nel 2012 di 2 punti percentuali** rispetto al 2011, quella delle **griffe** è **diminuita di 1** e quella dei **marchi di abbigliamento** è **aumentata di 3**.
- Nel **2013** è previsto un **calo** dell'incidenza dei **marchi di pellicceria** di **2 punti percentuali** a favore delle **griffe**.

## AREE DI CONCIA E DI CONFEZIONE

Dati del campione - % del fatturato totale

	CONCIA		CONFEZIONE	
	2011	2012	2011	2012
ITALIA	75	71	86	81
ESTERO	25	29	11	19
<b>TOTALE</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

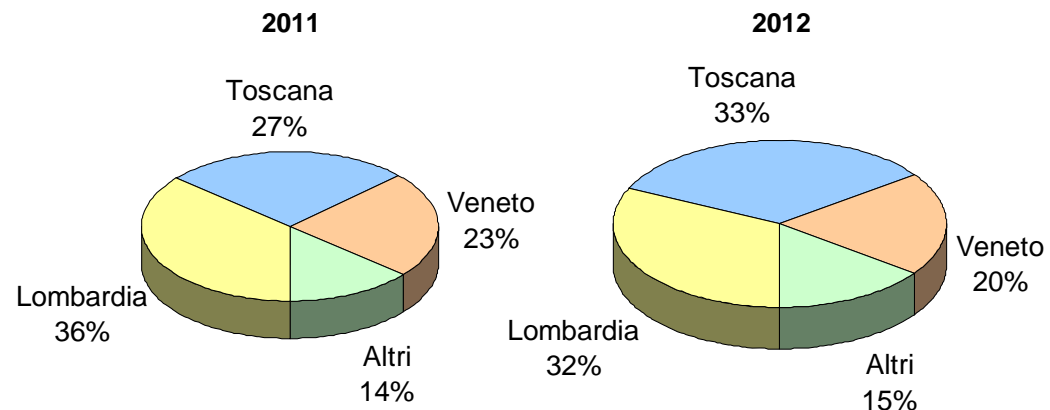


- La **concia** e la **confezione** sono sempre saldamente **effettuate in Italia**. Nel 2012 si è registrata una **leggera diminuzione** di entrambe rispetto al 2011 (rispettivamente **71% contro 75%** e **81% contro 86%**).

## DISTRETTI PRODUTTIVI ITALIANI

Dati del campione - % del fatturato totale

	2011	2012
Lombardia	36	32
Toscana	27	33
Veneto	23	20
Altri	14	15
<b>TOTALE</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

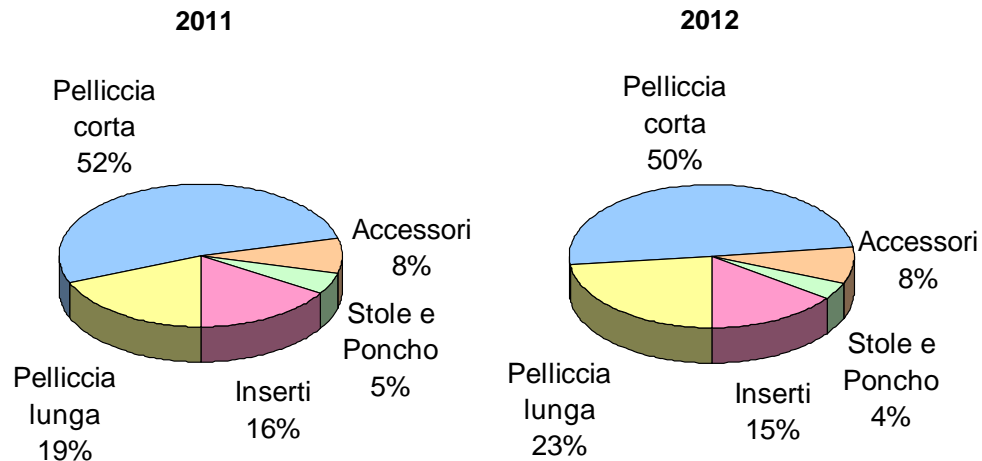


- Rispetto al 2011 **Lombardia e Veneto** hanno visto **calare** la loro incidenza **a favore** principalmente della **Toscana**.

## PRODOTTI PIÙ VENDUTI

Dati del campione - % del fatturato totale

	2011	2012
Pelliccia lunga	19	23
Pelliccia corta	52	50
Accessori	8	8
Stole e Poncho	5	4
Inseri	16	15
<b>TOTALE</b>	<b>100</b>	<b>100</b>



- Nel 2012 i **capi più venduti** sono stati ancora le **pellicce corte** (in calo di 2 punti percentuali) e le **pellicce lunghe** (in aumento di 4 punti percentuali). Fra i **capi con basso utilizzo di pelli**, prodotti principalmente dalle griffe, sono lievemente diminuiti **stole** e **inserti**, mentre gli **accessori** si sono mantenuti stabili.

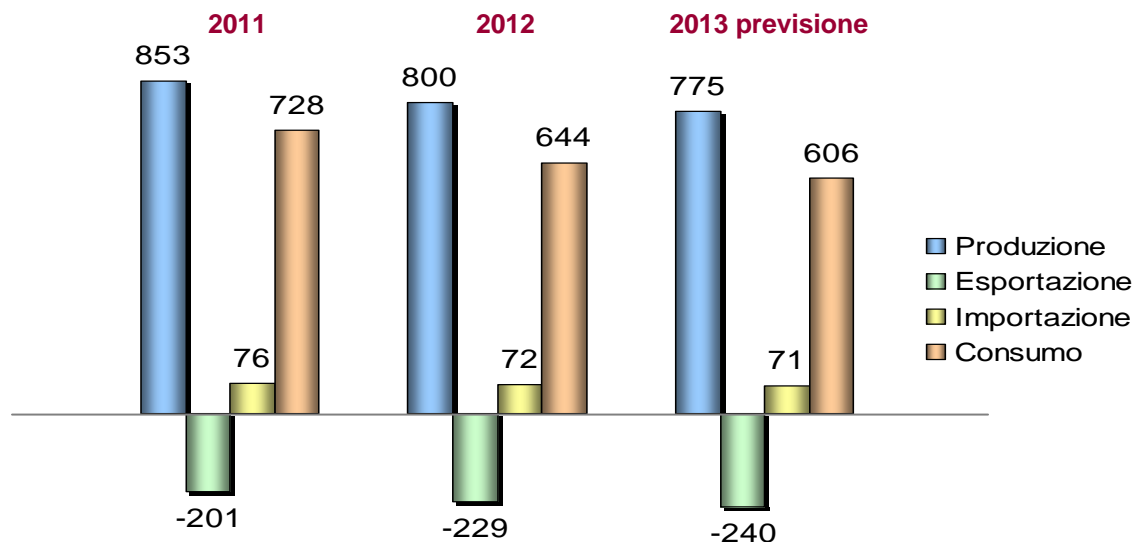
# ANALISI DELL'ANDAMENTO DEL CONSUMO

## ANDAMENTO CONSUMO ITALIANO

Valori in milioni di Euro

	2011	Δ % 11 - 10	2012	Δ % 12 - 11	2013 previsione	Δ % 13 - 12
<b>PRODUZIONE</b>	853	+9	800	-6	775	-3
<b>ESPORTAZIONE (1)</b>	201	+42	229	+14	240	+5
<b>IMPORTAZIONE (1)</b>	76	+8	72	-5	71	-2
<b>CONSUMO (valori wholesale)</b>	<b>728</b>	<b>+2</b>	<b>644</b>	<b>-12</b>	<b>606</b>	<b>-6</b>
<i>Ricarico medio</i>	1,9		1,9		1,9	
<b>CONSUMO (valori retail)</b>	<b>1.384</b>	<b>+2</b>	<b>1.223</b>	<b>-12</b>	<b>1.151</b>	<b>-6</b>

(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. Vedasi dettaglio per paese nelle pagine successive.





## ANDAMENTO CONSUMO ITALIANO

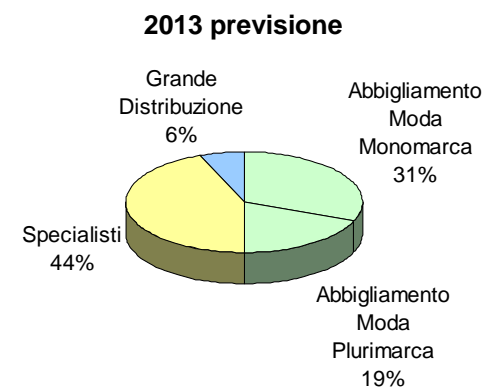
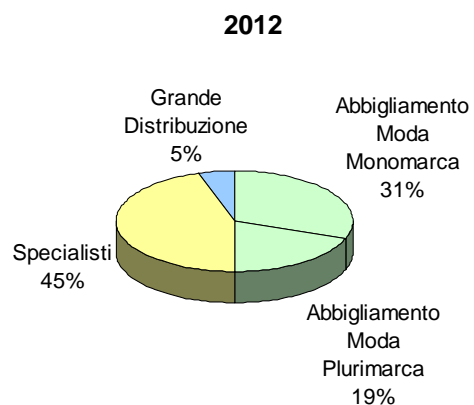
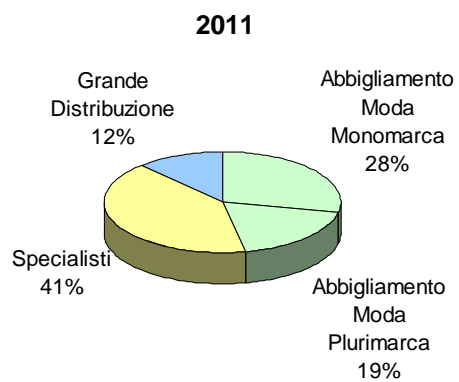
- Il valore del **consumo di pellicceria** in Italia nel **2012** a valori **wholesale**, ottenuto deducendo dalla produzione le esportazioni e sommando le importazioni, è stato di **644 milioni di euro**, pari al **12% in meno** rispetto al 2011. La previsione del 2013 è di **606 milioni di euro**, pari al **6% in meno**.
- A **valori retail**, il **consumo 2012** risulta di **1.223 milioni di euro** (-12% rispetto al 2011). La previsione **2013** è di un calo più contenuto del **6%** a **1.151 milioni di euro**, come per il valore wholesale.

## CONSUMO ITALIANO PER CANALE DISTRIBUTIVO

Valori **retail** in milioni di Euro

	2011	$\Delta\%$ 11 - 10	2012	$\Delta\%$ 12 - 11	2013 previsione	$\Delta\%$ 13 - 12
<b>NEGOZI ABBIGL. MODA (1)</b>	<b>650 47</b>	<b>-4</b>	<b>611 50</b>	<b>-6</b>	<b>576 50</b>	<b>-6</b>
<i>Monomarca</i>	390 60	-17	373 61	-4	357 62	-4
<i>Plurimarca</i>	260 40	+24	238 39	-8	219 38	-8
<b>NEGOZI SPECIALISTI PELLICCERIA</b>	<b>567 41</b>	<b>+25</b>	<b>550 45</b>	<b>-3</b>	<b>506 44</b>	<b>-8</b>
<b>GRANDE DISTRIBUZIONE</b>	<b>166 12</b>	<b>-25</b>	<b>61 5</b>	<b>-63</b>	<b>69 6</b>	<b>+13</b>
<b>TOTALE</b>	<b>1.384 100</b>	<b>+2</b>	<b>1.223 100</b>	<b>-12</b>	<b>1.151 100</b>	<b>-6</b>

(1) Griffes e Marchi di Abbigliamento



## CONSUMO PER CANALE DISTRIBUTIVO

- Nel **2012** i **negozi di abbigliamento moda** hanno distribuito il **50%** del **totale** (contro il 47% del 2011), gli **specialisti di pellicceria** il **45%** (contro il 41%) e la **grande distribuzione** il **5%** (contro il 12%).
- Nel **2013** si prevede che l'incidenza del consumo dei **negozi di abbigliamento moda** resti al **50%**, quella degli **specialisti di pellicceria** scenda al **44%** e quella della **grande distribuzione** salga al **6%**.

## CONFRONTO CONSUMO DI PELLICCERIA CON GLI ALTRI SETTORI DELLA MODA (1)

Valori wholesale in milioni di Euro

	2011	Δ % 11 - 10	2012	Δ % 12 - 11
<b>ABBIGLIAMENTO</b> (2)	25.544	-3	24.715	-3
<i>di cui</i>				
<b>ABBIGLIAMENTO PELLE</b>	417 1,6	-0,5	392 1,6	-6
<b>PELLICCERIA</b>	728 2,9	+2	644 2,6	-12
<b>CALZATURE</b>	3.823	-0,6	3.662	-4
<b>PELLETTERIA</b>	2.296	-0,3	2.262	-1,5

*Valore  
Abbigliamento  
Pelle allargato*

**1.036 (4,2%)**

(1) Fonti: dati ufficiali e previsionali SMI, ANCI e AIMPEs.

(2) Inclusa la Pellicceria.

- Il **settore della pellicceria** ha rappresentato, **nel 2012**, il **2,6% del consumo di abbigliamento in Italia** ed è **diminuito del 12%** contro il **-3% dell'abbigliamento** e il **-6% dell'abbigliamento in pelle**. Anche il consumo di **calzature** e **pelletteria** è **calato** rispettivamente del **4%** e dell'**1,5%**.
- Il mondo dell'**abbigliamento pelle allargato** alla "*pelle senza pelo*" rappresenta il **4,2% dell'abbigliamento totale** (-0,3 punti percentuali rispetto al 2011).

# ANALISI DELL'ANDAMENTO DEL COMMERCIO ESTERO

## ESPORTAZIONI ED IMPORTAZIONI PER PAESE

Valori in milioni di Euro – Dati 2012 stimati sulla base dei dati gennaio-ottobre 2012

EXPORT	2011		2012		$\Delta\%$ 12 - 11	IMPORT	2011		2012		$\Delta\%$ 12 - 11
	Russia	37,3	19	44,2	19		+19	Cina	44,4	58	42,6
Francia	23,5	12	27,7	12	+18	Francia	6,6	9	6,3	9	-5
Stati Uniti	10,2	5	18,3	8	+80	Filippine	4,5	6	3,5	5	-22
Hong Kong	12,3	6	15,8	7	+29	Regno Unito	1,7	2	3,3	5	+98
Svizzera	12,1	6	12,1	5	+1	Turchia	2,4	3	3,3	5	+33
Ucraina	10,2	5	11,2	5	+10	Grecia	5,2	7	2,8	4	-47
Emirati Arabi Uniti	9,6	5	10,4	5	+8	Hong Kong	2,6	3	2,0	3	-21
Regno Unito	9,0	4	9,8	4	+8	Svizzera	1,8	2	1,7	2	-7
Giappone	6,6	3	8,4	4	+28	Romania	0,6	1	0,9	1	+51
Cina	8,9	4	7,7	3	-14	Germania	1,1	1	0,9	1	-22
Corea del Sud	11,5	6	7,5	3	-35	Moldavia	0,8	1	0,8	1	+1
Altri	50,0	25	55,6	24	+11	Altri	4,3	6	4,3	6	0
<b>Mondo</b>	<b>201</b>	<b>100</b>	<b>229</b>	<b>100</b>	<b>+14</b>	<b>Mondo</b>	<b>76</b>	<b>100</b>	<b>72</b>	<b>100</b>	<b>-5</b>

- Nel **2012** le **esportazioni** sono **aumentate del 14%** rispetto al 2011, contro il +42% dell'anno precedente. Crescono più della media soprattutto le esportazione verso **Stati Uniti (+80%)**, **Hong Kong (+29%)**, **Giappone (+28%)**, **Russia (+19%)** e **Francia (+18%)**. Diminuiscono invece le quelle di **Corea Sud (-35%)** e **Cina (-14%)**.
- Le **importazioni** invece sono **diminuite del 5%** contro il +8% dell'anno precedente. **Cina e Francia**, che continuano a rappresentare insieme oltre i due terzi del totale delle importazioni, sono ancora **in calo rispettivamente del 4% e del 5%**.

# CONCLUSIONI

## SINTESI

- Nel **2012** il **valore di façon** della **produzione italiana** di pellicceria è stato di **647 milioni di euro**, pari al **7% in meno** rispetto al 2011. I **prezzi delle materie prime** sono però mediamente **umentati del 32%**. Il calo effettivo della produzione **in termini di volumi** è valutabile pertanto al **-22%**.
- Il **valore wholesale** della produzione 2012, pari a **800 milioni di euro** è **diminuito del 6%** rispetto al 2011. Per il **2013** si prevede che il **valore wholesale** della produzione si riduca del **3%**.
- Nel **2012** il **consumo italiano** (644 milioni di euro a valori wholesale e 1.223 milioni a valore retail) è diminuito **del 12%**, le **esportazioni** sono cresciute del **14%** e le **importazioni** sono calate del **5%**. Nel **2013** la previsione è che il **consumo diminuisca del 6%** (606 milioni di euro wholesale e 1.151 retail).
- Avendo riguardo alla **distribuzione**, nel **2012** (a valori retail) è aumentata l'incidenza delle vendite degli **specialisti di pellicceria** (dal **41% al 45%**) e quella dei **negozi moda**, monomarca e plurimarca, **dal 47% al 50%**. Si è accentuato il **calo** dell'incidenza delle vendite attraverso la **grande distribuzione** (dal **12% al 5%**).
- Nel **2013** la previsione è che il peso dei canali distributivi rimanga **sostanzialmente simile**, ma che il calo delle vendite si riduca rispetto al 2012.



# ALLEGATO

## QUESTIONARIO INVIATO

*Andamento annuale della pellicceria in Italia***Questionario****da compilare e ritornare per fax (02.784117) entro il 25 Gennaio 2013**Per informazioni telefonare allo 02.76.38.86.00 - Tutti i dati verranno trattati in forma riservata e anonin**1. RAGIONE SOCIALE AZIENDA.....****2. ATTIVITA'**     Industria / Artigiano     Commerciante     Altro**3. DATI DI FATTURATO** (*valori in migliaia di euro*)

- fatturato dell'anno **2011** .....di cui pellicceria e shearling .....
- percentuale del fatturato di pellicceria e shearling 2011 esportato.....
- fatturato previsto dell'anno **2012** .....di cui pellicceria e shearling.....
- percentuale del fatturato di pellicceria e shearling 2012 esportato.....
- primi 3 mercati: 1).....2).....3).....
- previsione variazione % ordini dei primi 3 mesi **2013** rispetto ai primi tre mesi del 2012.....

**4. RIPARTIZIONE % FATTURATO 2012 PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO**

- Pellicce e Shearling.....%
- Abbigliamento pelle.....%
- Abbigliamento tessuto.....%
- Altro.....%

**5. RIPARTIZIONE % FATTURATO 2012 PELLICCERIA PER PRODOTTI PIU' VENDUTI**

- Pelliccia lunga.....%    Pelliccia corta.....%    Accessori .....%
- Stole e poncho.....%    Capospalla con inserti in pelliccia ..... %

## QUESTIONARIO INVIATO

**6. RIPARTIZIONE % FATTURATO 2012 PELLICCERIA PER TIPOLOGIA DESTINATARI**

- Marchi di pellicceria propri.....%
- Marchi di pellicceria di terzi.....%
- Griffes.....%
- Marchi di abbigliamento.....%

**7. VARIAZIONE MEDIA PREZZI MATERIE PRIME** .....%**8. LUOGO DI CONCIA DELLE PELLI** Italia.....% Estero.....%**9. LUOGO DI PRODUZIONE** Italia.....% Estero.....%**10. RIPARTIZIONE % FATTURATO 2012 PELLICCERIA PER TIPOLOGIA DI CLIENTELA**

- Negozi abbigliamento moda monomarca.....%
- Negozi abbigliamento moda plurimarca.....%
- Negozi di pellicceria.....%
- Grande distribuzione.....%

**11. STRUTTURA AZIENDALE**

- Numero di dipendenti.....
- Numero di laboratori fornitori.....
- Numero medio di dipendenti dei laboratori.....

*Nome della persona che ha compilato il questionario*

.....

*Posizione in Azienda*.....

*Telefono* ..... *E-mail*.....