



---

## La Pellicceria in Italia nel 2011

### Produzione, Distribuzione e Consumo

### Caratteristiche ed evoluzione del settore

***PAMBIANCO Strategie di Impresa ha svolto di nuovo per conto di AIP la ricerca condotta lo scorso anno sui valori, sulle caratteristiche e sull'andamento del settore pellicceria (prodotti finiti) in Italia negli anni 2010 (consuntivo), 2011 (stimato) e 2012 (previsioni).***

***I risultati sono stati ottenuti attraverso le risposte ai questionari e l'analisi dei bilanci di un campione di Aziende molto simile a quello del 2010. Si stima che questo campione rappresenti, come nel 2009, il 75% del valore della produzione nazionale.***

***Lo studio, come per lo scorso anno, si è posto l'obiettivo 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 79 risposte ai questionari indirizzati ad un campione di operatori del settore e raffronto con le risposte dello scorso anno.
- Analisi dei bilanci aziendali di 126 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 2011 è stato per il settore pellicceria l'anno della riflessione, caratterizzato da una ulteriore crescita del valore di façon della produzione italiana, più contenuta però di quella del 2010. Inoltre si è registrato un forte aumento delle materie prime, che ha ulteriormente limitato la crescita reale.
- Nel quadro generale si osservano, a differenza dello scorso anno, più aziende in calo (generalmente le piccole) rispetto a quelle in crescita (soprattutto le medio-grandi). È anche aumentato il numero delle aziende del campione che hanno cessato l'attività.
- L'aumento del valore della produzione ha riguardato come per lo scorso anno, soprattutto i marchi di pellicceria. La produzione per le griffe ha per la prima volta registrato un calo, sia pure limitato, così come quella per i marchi di abbigliamento.
- Nella produzione del campione, si nota una diminuzione del valore delle pellicce e un aumento di quello dei prodotti minori (soprattutto inserti).

		2010	2011	Δ% 11-10
<b>Significatività del campione</b>				
• Aziende analizzate	Numero	204	205	+0,5
<i>di cui</i> cessate o in liquidazione	Numero	15	23	+53
• Incidenza sul fatturato totale	%	75	75	
<b>Produzione di Pellicceria</b> (valore di façon)				
	Milioni di €	<b>620</b>	<b>695</b>	<b>+12</b>

- Il **numero delle Aziende** analizzate è appena leggermente inferiore a quello dello scorso anno, **pertanto** si stima che la **significatività** del campione sia restata invariata.
- La **produzione italiana di pellicceria** (a valore di **façon**) è ammontata nel 2011 a **695 milioni di euro**. Tale valore è **umentato del 12%** rispetto a quello del 2010.
- Però anche le **pelli per la pellicceria** sono fortemente aumentate. L'**aumento medio** è stato del **20%** circa, ed ha inciso sul valore finale per circa il **9-10%**, vanificando in buona parte l'aumento di fatturato conseguito.
- Ne consegue che l'**aumento effettivo della produzione italiana** (sempre a valori di façon) in termini di **volumi** sia stato quindi solo dell'**2- 3%**.

# ANALISI DELL'ANDAMENTO DELLA PRODUZIONE

## PRODUZIONE PELLICCERIA E RICARICHI PER COMMITTENTI

Anno 2011

	Façon		Δ% 11 - 10	Ricarico sulla façon	Valore Wholesale	Δ% 11 - 10	Ricarico della distribuzione	Valore Retail	Δ% 11 - 10
<b>MARCHI DI PELLICCERIA</b>	466	<b>67</b>	<b>+23</b>	-	466	<b>+23</b>	<b>1,8</b>	839	<b>+23</b>
<b>GRIFFE</b>	216	<b>31</b>	<b>-3</b>	<b>1,7</b>	367	<b>-3</b>	<b>2,0</b>	733	<b>-3</b>
<b>MARCHI DI ABBIGLIAMENTO</b>	14	<b>2</b>	<b>-18</b>	<b>1,5</b>	21	<b>-18</b>	<b>1,8</b>	38	<b>-18</b>
<b>TOTALE</b>	<b>695</b>	<b>100</b>	<b>+12</b>		<b>853</b>	<b>+9</b>	<b>1,9</b>	<b>1.609</b>	<b>+8</b>

- Il valore **wholesale 2011** 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 **853 milioni di euro**, in aumento del **9%** rispetto al 2010 (785 milioni di euro).
- Il valore **retail**, dopo anche il ricarico della distribuzione, è anch'esso aumentato (+8% rispetto al 2010), attestandosi a **1.609 milioni di euro**.

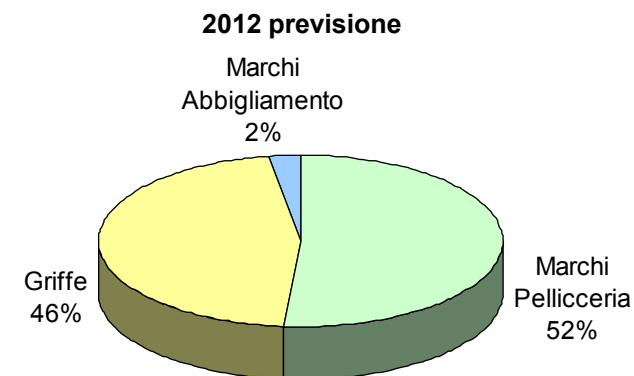
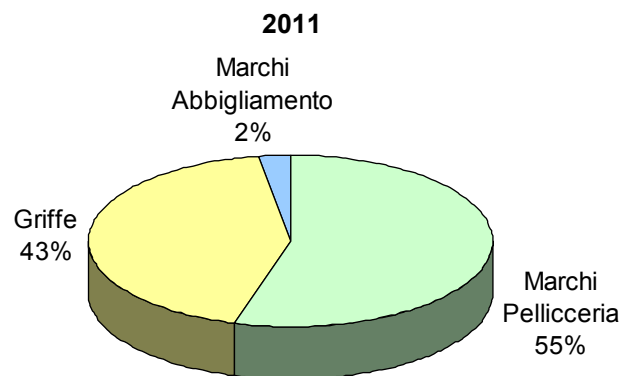
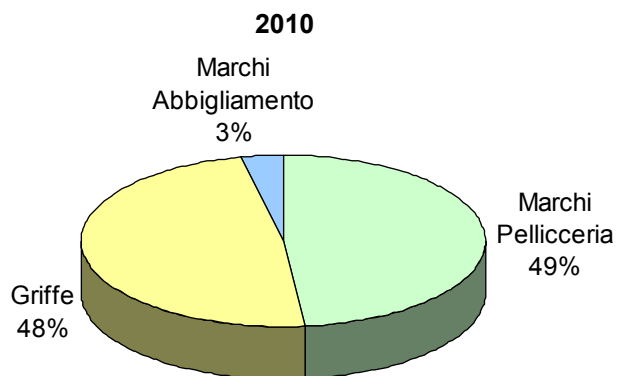


## ANDAMENTO DELLA PRODUZIONE PER COMMITTENTI e PREVISIONI 2012 A VALORI WHOLESAL

Valori in milioni di Euro

### Wholesale

	2010	$\Delta\%$ 10 - 09	2011	$\Delta\%$ 11 - 10	2012 previsione	$\Delta\%$ 12 - 11
<b>MARCHI DI PELLICCERIA</b>	380 <b>49</b>	<b>+27</b>	466 <b>55</b>	<b>+23</b>	433 <b>52</b>	<b>-7</b>
<b>GRIFFE</b>	379 <b>48</b>	<b>+9</b>	367 <b>43</b>	<b>-3</b>	389 <b>46</b>	<b>+6</b>
<b>MARCHI DI ABBIGLIAMENTO</b>	26 <b>3</b>	<b>-19</b>	21 <b>2</b>	<b>-18</b>	20 <b>2</b>	<b>-2</b>
<b>TOTALE</b>	<b>785 100</b>	<b>+16</b>	<b>853 100</b>	<b>+9</b>	<b>842 100</b>	<b>-1</b>

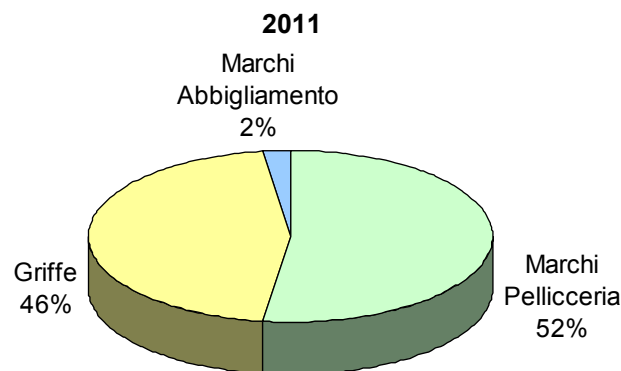
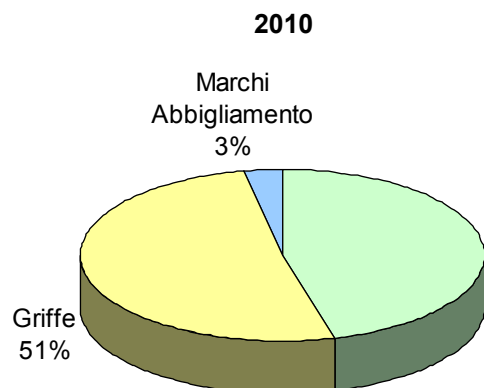


- L'incidenza a valore **wholesale** dei **marchi di pellicceria** sul totale è **umentata nel 2011 di 6 punti percentuali** rispetto al 2010, quella delle **griffe** è **diminuita di 5 punti** e quella dei **marchi di abbigliamento di 1 punto**.
- Per il **2012** la previsione è che la **produzione** sarà in lieve calo (**-1%**). A livello di incidenza dei comparti, riprenderà in maniera accentuata la **crescita percentuale** delle **griffes (+6%)**, mentre i **marchi di pellicceria** diminuiranno sensibilmente (**-6%**) e quelli di **abbigliamento** caleranno ancora leggermente (**-2%**).

## ANDAMENTO DELLA PRODUZIONE PER COMMITTENTI e PREVISIONI 2012 A VALORI RETAIL

Valori in milioni di Euro

<b>Retail</b>	2010	$\Delta\%$ 10 - 09	2011	$\Delta\%$ 11 - 10	2012 previsione	$\Delta\%$ 12 - 11
<b>MARCHI DI PELLICCERIA</b>	684 <b>46</b>	<b>+27</b>	839 <b>52</b>	<b>+23</b>	780 <b>49</b>	<b>-7</b>
<b>GRIFFE</b>	759 <b>51</b>	<b>+9</b>	733 <b>46</b>	<b>-3</b>	777 <b>49</b>	<b>+6</b>
<b>MARCHI DI ABBIGLIAMENTO</b>	46 <b>3</b>	<b>-19</b>	38 <b>2</b>	<b>-18</b>	37 <b>2</b>	<b>-2</b>
<b>TOTALE</b>	<b>1.489 100</b>	<b>+15</b>	<b>1.609 100</b>	<b>+8</b>	<b>1.594 100</b>	<b>-1</b>

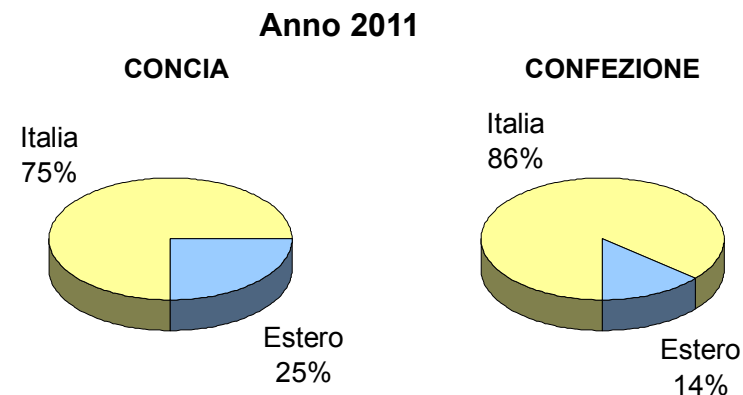


- A valori **retail**, l'incidenza dei **marchi di pellicceria** sul totale è **aumentata nel 2011 di 6 punti percentuali** rispetto al 2010, quella delle **griffe** è **diminuita di 5** e quella dei **marchi di abbigliamento di 1**.
- Nel **2012** è previsto un **calo** dell'incidenza dei **marchi di pellicceria di 3 punti percentuali** a favore delle **griffe**.

## AREE DI CONCIA E DI CONFEZIONE

Dati del campione - % del fatturato totale

	CONCIA		CONFEZIONE	
	2010	2011	2010	2011
ITALIA	70	75	81	86
ESTERO	30	25	19	14
<b>TOTALE</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

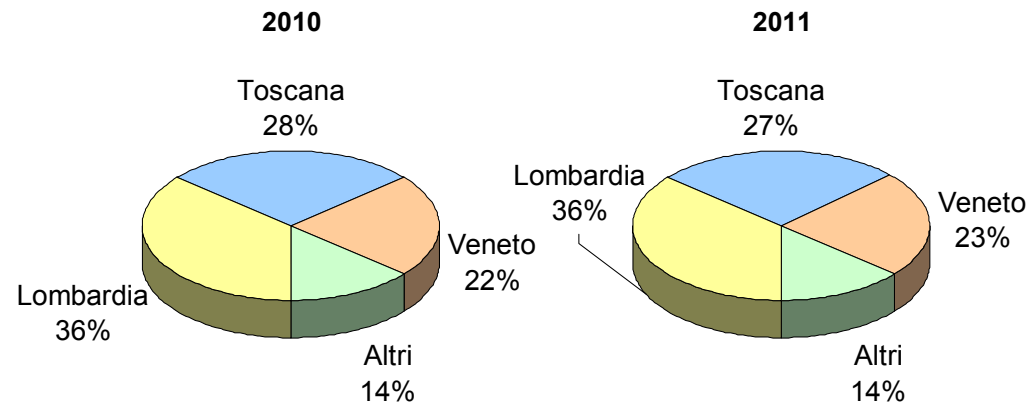


- La **concia** e la **confezione** sono fundamentalmente **effettuate in Italia**. Nel 2011 si è registrata un significativo aumento di entrambe rispetto al 2010 (rispettivamente 75% contro 70% e 86% contro 81%).

## DISTRETTI PRODUTTIVI ITALIANI

Dati del campione - % del fatturato totale

	2010	2011
Lombardia	36	36
Toscana	28	27
Veneto	22	23
Altri	14	14
<b>TOTALE</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

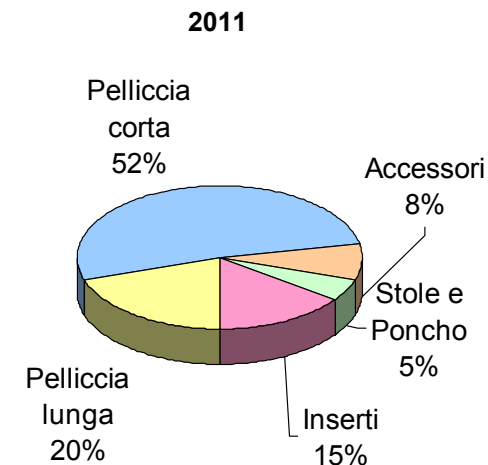
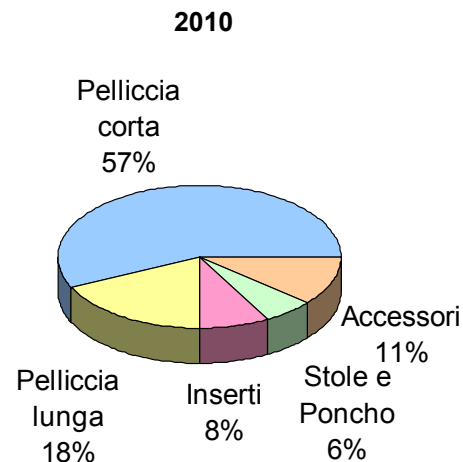


- Rispetto al 2010 **non si sono verificate variazioni** significative nell'incidenza del fatturato dei diversi distretti.

## PRODOTTI PIÙ VENDUTI

Dati del campione - % del fatturato totale

	2010	2011
Pelliccia lunga	18	20
Pelliccia corta	57	52
Accessori	11	8
Stole e Poncho	6	5
Inseri	8	15
<b>TOTALE</b>	<b>100</b>	<b>100</b>



- Nel 2011 i **capi più venduti** sono stati ancora le **pellicce corte** (in calo di 5 punti percentuali) e le **pellicce lunghe** (in aumento di 2 punti percentuali). Fra i **capi con basso utilizzo di pelli**, prodotti principalmente dalle griffe, sono diminuiti **accessori e stole** mentre sono aumentati gli **inserti**.

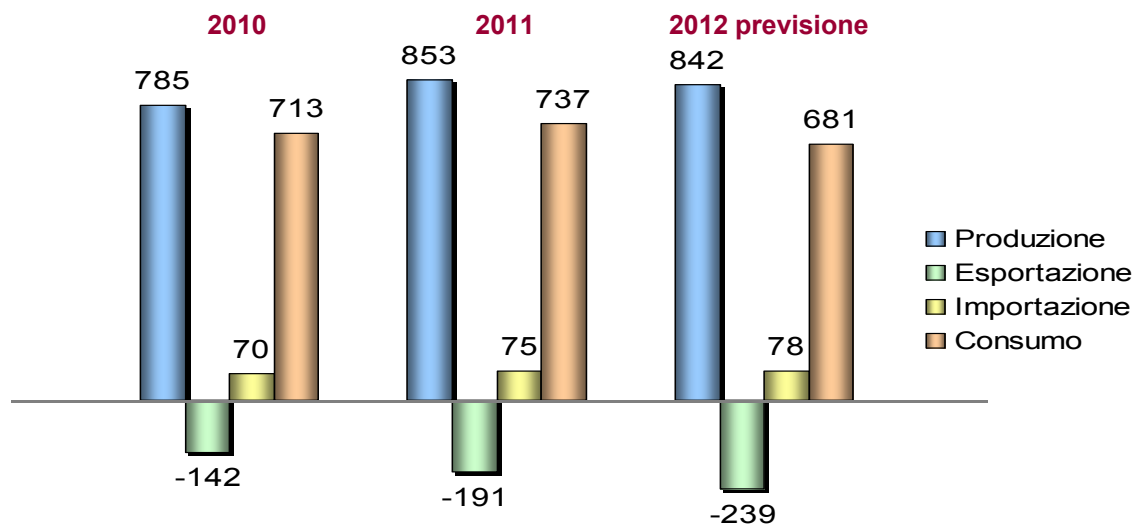
# ANALISI DELL'ANDAMENTO DEL CONSUMO

## ANDAMENTO CONSUMO ITALIANO

Valori in milioni di Euro

	2010	Δ % 10 - 09	2011	Δ % 11 - 10	2012 previsione	Δ % 12 - 11
<b>PRODUZIONE</b>	785	+16	853	+9	842	-1
<b>ESPORTAZIONE (1)</b>	142	+33	191	+35	239	+25
<b>IMPORTAZIONE (1)</b>	70	+43	75	+7	78	+4
<b>CONSUMO (valori wholesale)</b>	<b>713</b>	<b>+16</b>	<b>737</b>	<b>+3</b>	<b>681</b>	<b>-8</b>
<i>Ricarico medio</i>	1,9		1,9		1,9	
<b>CONSUMO (valori retail)</b>	<b>1.355</b>	<b>+15</b>	<b>1.400</b>	<b>+3</b>	<b>1.294</b>	<b>-8</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

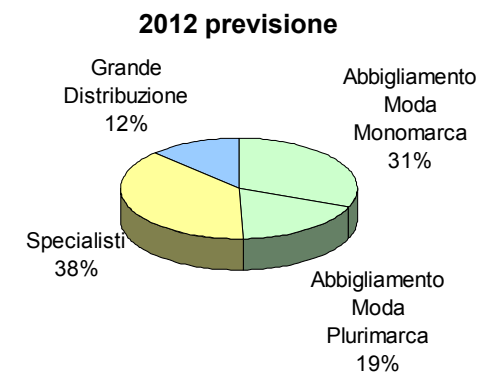
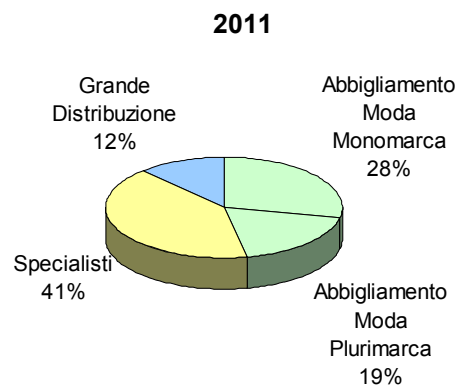
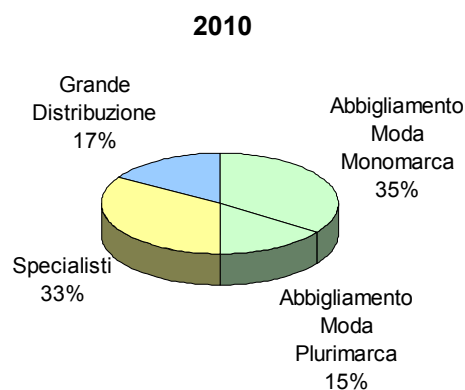
- Il valore del **consumo di pellicceria** in Italia nel **2011** a valori **wholesale**, ottenuto deducendo dalla produzione le esportazioni e sommando le importazioni, è stato di **737 milioni di euro**, pari al **3% in più** rispetto al 2010. La previsione del 2012 è di **681 milioni di euro**, pari all' **8% in meno**.
- Le **esportazioni 2011** sono aumentate del 35%, contro il +33% registrato nel 2010. Nel **2012** si prevede che crescano ancora seppure **in maniera contenuta** (+25%).
- Le **importazioni 2011** sono aumentate del 7% contro il +43% registrato nel 2010. Nel **2012** dovrebbero aumentare **in maniera ancora più ridotta** (+4%).
- A **valori retail**, il **consumo 2011** risulta di **1.400 milioni di euro** (+3% rispetto al 2010). La previsione **2012** è di un calo dell'**8%** a **1.294 milioni di euro**, come per il valore wholesale.

## CONSUMO ITALIANO PER CANALE DISTRIBUTIVO

Valori **retail** in milioni di Euro

	2010		Δ % 10 - 09	2011		Δ % 11 - 10	2012 previsione		Δ % 12 - 11
<b>NEGOZI ABBIGL. MODA (1)</b>	<b>680</b>	<b>50</b>	<b>-7</b>	<b>658</b>	<b>47</b>	<b>-3</b>	<b>642</b>	<b>50</b>	<b>-2</b>
<i>Monomarca</i>	470	69	-5	395	60	-16	401	63	+2
<i>Plurimarca</i>	210	31	-10	263	40	+26	240	37	-9
<b>NEGOZI SPECIALISTI PELLICCERIA</b>	<b>453</b>	<b>33</b>	<b>+37</b>	<b>574</b>	<b>41</b>	<b>+27</b>	<b>492</b>	<b>38</b>	<b>-14</b>
<b>GRANDE DISTRIBUZIONE</b>	<b>222</b>	<b>17</b>	<b>+82</b>	<b>168</b>	<b>12</b>	<b>-24</b>	<b>161</b>	<b>12</b>	<b>-4</b>
<b>TOTALE</b>	<b>1.355</b>	<b>100</b>	<b>+15</b>	<b>1.400</b>	<b>100</b>	<b>+3</b>	<b>1.294</b>	<b>100</b>	<b>-8</b>

(1) Griffes e Marchi di Abbigliamento



## CONSUMO PER CANALE DISTRIBUTIVO

- Nel **2011** i **negozi di abbigliamento moda** hanno distribuito il **47%** del **totale** (contro il 50% del 2010), gli **specialisti di pellicceria** il **41%** (contro il 33%) e la **grande distribuzione** il **12%** (contro il 17%).
- Nel **2012** si prevede che il fenomeno si modifichi a favore dei negozi di abbigliamento moda. Infatti la **crescita** dell'incidenza del consumo dei **negozi di abbigliamento moda** salirà al **50%**, quella degli **specialisti calerà** al **38%** e quella della **grande distribuzione resterà stabile** al **12%**.

## CONFRONTO CONSUMO DI PELLICCERIA CON GLI ALTRI SETTORI DELLA MODA <sup>(1)</sup>

Valori wholesale in milioni di Euro

	2010	Δ % 10 - 09	2011	Δ % 11 - 10	
<b>ABBIGLIAMENTO</b> <sup>(2)</sup>	26.240	<b>+3</b>	25.900	<b>-1</b>	
<i>di cui</i>					
<b>ABBIGLIAMENTO PELLE</b>	<b>419 1,6</b>	<b>-</b>	<b>420 1,6</b>	<b>-</b>	} → <b>Valore Abbigliamento Pelle allargato 1.157 (4,5%)</b>
<b>PELLICCERIA</b>	<b>713 2,7</b>	<b>+15</b>	<b>737 2,8</b>	<b>+3</b>	
<b>CALZATURE</b>	3.848	<b>-</b>	3.812	<b>-1</b>	
<b>PELLETTERIA</b>	2.262	<b>+9</b>	2.289	<b>+1</b>	

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

(2) Inclusa la Pellicceria.

- Il **settore della pellicceria** ha rappresentato, **nel 2011**, il **2,8%** del consumo di abbigliamento in Italia ed è **aumentato del 3%** contro il **-1%** dell'abbigliamento mentre l'abbigliamento in pelle è rimasto stabile. Anche il consumo delle calzature è rimasto stabile mentre quello della pelletteria è aumentato dell'1%.
- Il mondo dell'abbigliamento pelle allargato alla "pelle senza pelo" rappresenta il 4,5% dell'abbigliamento totale (+0,2% rispetto al 2010).

# ANALISI DELL'ANDAMENTO DEL COMMERCIO ESTERO

## ESPORTAZIONI ED IMPORTAZIONI PER PAESE

Valori in milioni di Euro – Dati 2011 stimati sulla base dei dati gennaio-ottobre 2011

EXPORT	2010		2011		Δ%	IMPORT	2010		2011		Δ%
					11 - 10						11 - 10
Russia	26,9	19	32,4	17	+20	Cina	46,8	67	45,9	61	-2
Francia	19,5	14	23,0	12	+18	Francia	7,5	11	6,3	8	-16
Svizzera	8,2	6	11,7	6	+43	Filippine	3,2	5	4,5	6	+43
Hong Kong	6,4	5	11,3	6	+76	Grecia	3,2	5	3,5	5	+9
Corea del Sud	7,1	5	11,0	6	+54	Turchia	0,6	1	2,5	3	+299
Stati Uniti	7,7	5	10,5	6	+37	Hong Kong	2,1	3	2,5	3	+18
Ucraina	6,7	5	10,1	5	+49	Svizzera	1,6	2	1,8	2	+13
Cina	3,9	3	9,0	5	+131	Regno Unito	1,7	2	1,5	2	-12
Regno Unito	5,9	4	8,7	5	+48	Germania	0,7	1	0,9	1	+28
Emirati Arabi Uniti	6,6	5	8,4	4	+27	Moldavia	0,3	0	0,9	1	+252
Germania	5,8	4	7,9	4	+36	Romania	0,2	0	0,7	1	+335
Altri	36,9	26	47,3	25	+28	Altri	2,5	4	4,0	5	+58
<b>Mondo</b>	<b>142</b>	<b>100</b>	<b>191</b>	<b>100</b>	<b>+35</b>	<b>Mondo</b>	<b>70</b>	<b>100</b>	<b>75</b>	<b>100</b>	<b>+7</b>

- Nel **2011** le **esportazioni** sono **aumentate del 35%** rispetto al 2010, grazie della forte ripresa di tutti i paesi, **Russia (+20%)** e **Francia (+18%)** in primo luogo.
- Le **importazioni** invece sono **aumentate solo del 7%**. **Cina e Francia**, che rappresentano insieme oltre i due terzi del totale delle importazioni, sono però **in calo rispettivamente del 2% e del 16%**.

# CONCLUSIONI

- Nel **2011** il **valore di façon** della **produzione italiana** di pellicceria è stato di **695 milioni di euro**, pari al **12% in più** rispetto al 2010. I **prezzi delle materie prime** sono però mediamente **aumentati del 20%**. La crescita effettiva della produzione **in termini di volumi** è valutabile pertanto al **2-3%**.
- Il **valore wholesale** della produzione 2011, pari a **853 milioni di euro** è **aumentato del 9%** rispetto al 2010. Per il **2012** si prevede che il **valore wholesale** della produzione si riduca dell'**1%**.
- Nel **2011** il **consumo italiano** (737 milioni di euro a valori wholesale e 1.400 milioni a valore retail) è aumentato **del 3%**, le **esportazioni** sono cresciute del **35%** e le **importazioni** del **7%**. Nel **2012** la previsione è che il **consumo diminuisca dell'8%** (681 milioni di euro wholesale e 1.294 retail).
- Avendo riguardo alla **distribuzione**, nel **2011** (a valori retail) è significativamente aumentata l'incidenza delle vendite degli **specialisti di pellicceria** (**dal 33% al 41%**). L'**incidenza** della vendita attraverso i **negozi moda** monomarca e plurimarca è **invece ulteriormente calata** (**dal 50% al 47%**). Contrariamente allo scorso anno anche l'incidenza delle vendite attraverso la **grande distribuzione** è fortemente **diminuita** (**dal 17% al 12%**).
- Nel **2012** la previsione è che si inverta la tendenza e che **riprenda**, di pari passo con l'aumento dell'utilizzo della pellicceria nelle griffe, il **trend di aumento dell'incidenza dei negozi moda** a scapito degli **specialisti**. Dovrebbe **restare stabile** l'incidenza delle vendite attraverso la **grande distribuzione**.