

Congiuntura

Pelletteria, la ripresa inizierà a partire dal 2010

«La chiusura di fine anno sarà negativa, tutto dipende da come andrà la campagna vendita della prossima primavera. Ma siamo fiduciosi», ha spiegato il presidente di Mipel Giorgio Cannara. Intanto nei primi cinque mesi 2009 l'export è a -20%. **Milena Bello**

Non sarà certo il secondo semestre del 2009 a segnare la ripresa delle vendite di borse e accessori, ma a partire dal 2010 si potrà vedere una luce in fondo al tunnel della recessione. «La chiusura di fine anno sarà sicuramente negativa», ha spiegato a **MF** **Giorgio Cannara**, presidente di Mipel, «ma le cifre sulle esportazioni saranno inferiori rispetto ai cali del 20% dei primi sei mesi dell'anno e la stessa cosa si può dire dei consumi interni che comunque hanno tenuto, diminuendo del 5,7%. Resta da vedere come andranno gli ordini di questa edizione di Mipel, con la collezione della prossima primavera/estate, che si ripercuoteranno sui bilanci del 2010». Nei primi cinque mesi del 2009 è stato l'export di borse da donna, core business del settore, la voce con i cali maggiori (-20%) insieme alle cinture (-26%). E guardando gli sbocchi dei prodotti made in Italy, oltre ai mercati tradizionali, come la Francia (13%) da

CALANO LE ESPORTAZIONI, TENGONO I CONSUMI

L'industria della pelletteria nel primo semestre 2009

	Valori in milioni di euro	Variazione %
◆ Esportazioni*	1.093	-20,40%
◆ Importazioni*	641	-3,30%
◆ Consumi interni	716	-5,70%

* I valori sono relativi al periodo gennaio-maggio 2009

Fonte: dati Aimpes

cui viene convogliata in Italia parte degli articoli di pelletteria per le ultime fasi di lavorazione, sono crollate anche le nuove destinazioni come Russia (-42%) e Emirati Arabi Uniti (-27%). Dato significativo, perché questi paesi, al di là del livello di volumi, negli ultimi tre anni hanno mostrato forti segnali di interesse per la pelletteria italiana. La ripresa potrebbe comunque passare da loro e dal Giappone (-14%) che fino ad ora ha scontato la debolezza della moneta sul dollaro. Sul fronte del mercato interno la fascia più colpita è quella del lusso.

Gli accessori reggono in termini di quantità ma il prezzo medio per capo scende di oltre il 9%. «In Italia ha pesato la concorrenza di catene low cost come **Zara**», ha poi aggiunto il direttore generale di Mipel **Mauro Muzzolon**. «A ciò si aggiunge il solito problema della contraffazione, contro cui si fa sempre troppo poco. Infatti», ha concluso Cannara, «ho invitato il presidente del Consiglio **Silvio Berlusconi** a partecipare alla prossima edizione di Mipel per parlare della politica dell'esecutivo su questo tema». (riproduzione riservata)

