

# LO SPAZIO DI FUTURMODA

LA FIERA SPAGNOLA DEI COMPONENTI E MATERIALI PER LA CALZATURA (17-18 OTTOBRE) CRESCE. CON LEI AUMENTA L'INTERESSE DELLE IMPRESE ITALIANE PER UN MERCATO DA ESPORARE



## Più valore

Nel primo semestre dell'anno, l'export di calzature di Madrid, riportano i dati della Direzione Generale delle Dogane, è cresciuto dell'**1,2% in valore** (1,39 miliardi di euro), perdendo il 2,6% in volume (85 milioni di paia). La classifica dei principali mercati dell'export spagnolo rimangono Francia, Italia e Germania.

In Spagna ci sono alcuni fornitori delle griffe italiane e francesi del **lusso**. Ma, soprattutto, ci sono molti **produttori del medio e del medio-alto**: alcuni confezionano scarpe per il brand proprietario, altri per conto terzi. «Non è che abbiano tutti il vento in poppa, l'andamento è a macchia di leopardo: c'è chi corre e c'è chi soffre. Però sono rappresentanti di segmenti che **in altri Paesi**, come l'Italia, la Germania, gli Stati Uniti, soffrono di più». Ci sono i **grandi gruppi** nazionali della moda (su tutti il colosso Inditex, proprietario di Zara, Massimiliano Dutti, Uterque ed altri ancora), «che vanno assistiti con lo stesso impegno in fatto di **servizio e assistenza** necessario per le grandi holding del lusso». Il mercato dei materiali per calzatura, come nel resto del mondo, vede i tessuti e i materiali sintetici in vantaggio **sulla pelle**, «ma in distretti tradizionalmente legati alla scarpa classica, cresce l'attenzione per quelle **fashion e sportiva**, con una spinta, in fatto di ricerca stilistica, molto interessante». Insomma, ascoltando le confidenze dei

conciatori e degli agenti commerciali che hanno partecipato all'ultima edizione di **Futurmoda** (Alicante, 17-18 ottobre), la scarpa spagnola non è esattamente il giardino dell'Eden. Eppure, la fiera dei componenti e dei materiali per la calzatura organizzata dalla federazione spagnola **AEC** cresce: rispetto all'edizione di ottobre 2017, gli espositori (450) sono il 45,6% in più. I **marchi italiani** (oltre 60) tra quelli internazionali fanno la parte del leone.

«Quello della scarpa spagnola è un mercato molto interessante: per certi versi è partito dopo gli altri e per questo conosce **maggiori margini di crescita** -racconta **Simone Ciardi**, della conceria Ausonia -. I visitatori qui si dimostrano sempre interessati alla pelle italiana, in particolar modo a quella toscana conciata al vegetale. Ma non è un mercato facile, perché è molto orientato al prezzo ed è questo a fare la differenza».

Futurmoda si rivela appetibile anche per ragioni logistiche: il polo fieristico è in linea d'aria a pochi metri dal distretto di **EL-**



che (dove si concentra la quota maggiore della produzione del Paese), nel raggio di qualche decina di chilometri da quelli di **Elda** e **Almansa** (dove si producono, rispettivamente, scarpe da donna e da uomo), è facile da raggiungere dal **Portogallo** e dai Paesi del **Maghreb**. Abbastanza da spingere molte imprese italiane a tentare la sortita. «È la prima volta che partecipiamo a Futurmoda - racconta **Luca Chi- lese**, della vicentina FL Leather -. Ci sentiamo pronti: abbiamo organizzato un servizio magazzino che ci dà la flessibilità adatta per servire la clientela spagnola. Siamo qui per farci conoscere e creare contatti». «Eravamo già presenti sul mercato spagnolo con alcuni commerciali - aggiunge **Luigi Barone**, della napoletana Barone Pellami -, ora vogliamo crescere. Qui ci sono produttori del medio e del medio-alto, sono vivaci e hanno voglia di fare». «Per la nostra azienda la calzatura

non rappresenta il core business - testimonia **Ivan Biondi**, di Babi Industria Conciaria -, ma siamo qui per espandere i nostri mercati, dal momento che ora siamo forti in Germania e Nord Europa». La pelle italiana ha un valore aggiunto che la rende appetibile agli occhi dei produttori spagnoli: «Lo

stile e la ricerca - assicura **Mirco Cara** di Kara Group -. Su questo siamo imbattibili. Certo, per le aziende spagnole siamo un po' troppo alti. Ma poggiano su una **produttività** superiore alla media italiana, guadagnano e sono pronti a reinvestire». Insomma, clienti cui nessuno vuole rinunciare.

## Numeri big

Si scrive Elche, si legge **Tempe**. Se c'è un polo produttivo e logistico della scarpa nella Comunitat Valenciana che "ruba l'occhio" degli espositori italiani e indirizza l'andamento di un intero distretto, è il calzaturificio di **Inditex**, colosso con un giro d'affari di 1,2 miliardi di euro nel 2017. Il gruppo spagnolo del fast fashion, nelle comunicazioni finanziarie, non scorpora i dati della scarpa da quelli aggregati: sappiamo da resoconti giornalistici che nell'ultimo bilancio ha registrato un **andamento stabile** (+0,6%) rispetto al 2016. Inditex, però, fornisce i dati del gruppo e da questi è possibile farsi un'idea del trend: nei primi sei mesi dell'anno in corso, le vendite nette sono arrivate a **12 miliardi di euro**, in crescita dell'8% su base annua. Mentre le vendite like for like (cioè a parità di perimetro) si sono espanse del 4%, il profitto lordo raggiunge i 6,8 miliardi (+4%). A proposito del secondo semestre, il gruppo Inditex conta di chiudere con vendite **in crescita del 4-6%**.