

ANALISI DI MERCATO

BELGIO

Il settore della moda

A cura di ICE Bruxelles

settembre 2010

SOMMARIO

1. IL SETTORE DELL'ABBIGLIAMENTO.....	3
DATI CONGIUNTURALI.....	3
Storia del tessile in Belgio	3
Produzione	3
Giro d'affari	4
Investimenti.....	5
Occupazione.....	5
Salario	6
Commercio al dettaglio.....	6
CENTRI ALL'INGROSSO	7
IMMAGINE, ENTI DI FORMAZIONE, PROMOZIONALI E FIERISTICI	7
Immagine della moda in Belgio.....	7
Scuole.....	8
Fiere	8
Città di moda.....	9
I tre Enti belgi di promozione e la propria attività.....	9
2. COMMERCIO ESTERO	10
SISTEMA DI CIRCOLAZIONE DELLE MERCI	10
IMPORT - EXPORT PER PAESE	11
IMPORT – EXPORT PER PRODOTTO.....	12
3. TENDENZE ed OPPORTUNITA'	15
4. PRINCIPALI FONTI	16

1. IL SETTORE DELL'ABBIGLIAMENTO

DATI CONGIUNTURALI

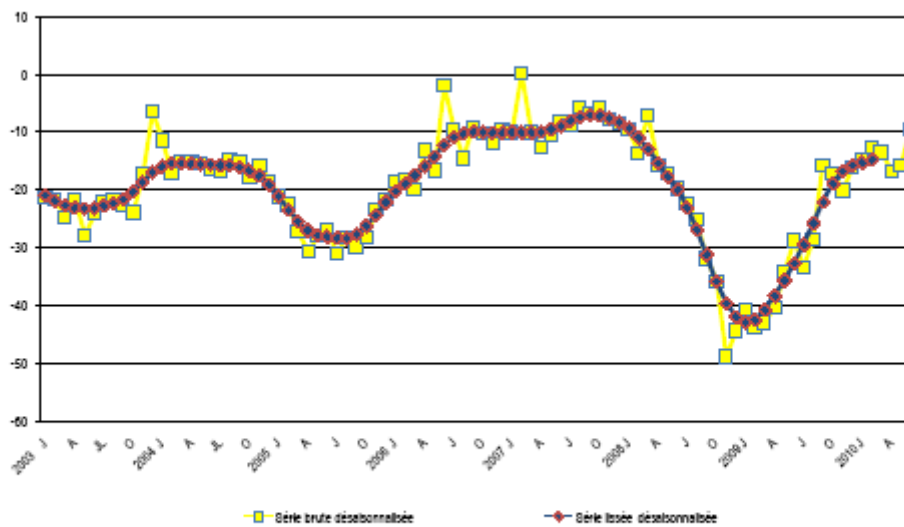
Storia del tessile in Belgio

Sin dal Medioevo il Belgio si è distinto nella produzione tessile. Le città di Gent, Bruges ed Ieper erano già fiorenti nel settore a partire dall'undicesimo secolo. Dopo la seconda guerra mondiale, un gran numero di aziende attive nel tessile, per la maggior parte a conduzione familiare, si trasferirono presso la provincia delle Fiandre occidentali. L'indipendenza finanziaria ha sempre rappresentato un grande vantaggio per queste strutture di tipo familiare, garantendo una maggiore capacità di far fronte ad eventuali crisi economiche. A tutt'oggi la maggior parte delle società belghe attive nel settore tessile è ancora gestita a livello familiare.

Produzione

Nel 2006 e nel 2007 il livello di produzione del settore tessile belga si era nuovamente stabilizzato per poi raggiungere il livello record del 2000. La curva congiunturale però, si è bruscamente invertita alla fine del 2007, per rimanere bassa durante tutto l'anno 2008 (-20% in confronto al 2007), intorno a valori paragonabili al declino del 2003 e 2005. Purtroppo i risultati del 2009 non sembrano mostrare un miglioramento degno di nota e la produzione si è ridotta del -21,6 % rispetto al 2008, il che rappresenta un livello storicamente basso.

Grafico della congiuntura nell'industria dell'abbigliamento



Source: BNB

L'importante ricaduta del volume di produzione del 2008 e 2009 è da attribuire al calo della domanda ed alla necessità di limitare le scorte. Si precisa che la riduzione delle scorte si era rivelata necessaria per migliorare la liquidità delle aziende, tenuto conto delle maggiori esigenze delle banche per concedere crediti. Secondo un'indagine realizzata da Creamoda ad agosto del 2009 presso 40 aziende di abbigliamento, il 54% delle aziende non si aspettava un miglioramento delle vendite nel 2010. Il 38% prevedeva un miglioramento mentre il 44% riteneva che la ripresa sarebbe avvenuta solo nel secondo semestre del 2010. Da notare che il calo della domanda ha permesso un abbassamento dello 0,5% del prezzo medio di produzione.

Giro d'affari

La forte diminuzione della domanda ha indubbiamente spinto le aziende del settore a limitare la loro produzione. Pertanto, il fatturato del settore del tessile ammontava a 5.464,3 milioni di Euro nel 2009 mentre registrava 7.180,9 milioni di Euro nel 2008, corrispondente ad una diminuzione del 23,9%. Questo declino è da imputare ad un calo delle vendite, sia a livello nazionale che internazionale. Circa i costi di produzione, questi erano mediamente inferiori, data la diminuzione del prezzo

dell'energia e della materia prima dell'inizio del 2009. Per questo motivo, il valore aggiunto era in calo solo della metà rispetto al giro d'affari. Infatti, nel 2009, il valore aggiunto era di 1.171,1 milioni di Euro rispetto ai 1.330,7 milioni di euro del 2008.

Investimenti

Il grado d'utilizzo della capacità di produzione nell'industria del tessile è passato dal 73,7% nel 2008 al 64,3% nel 2009. Da notare che a gennaio del 2009, il grado d'utilizzo faceva segnare un livello storicamente basso del 58,7%. Questo è aumentato gradualmente per raggiungere il 68,4% a gennaio del 2010. Con una capacità di produzione così limitata, gli investimenti si attestano ad un livello storicamente basso del 40,4% e, per di più, si tratta principalmente di investimenti di sostituzione.

Grado di utilizzo della capacità produttiva

anno	produzione %
2000	67
2001	69
2002	65
2003	65
2004	62,6
2005	61,9
2006	74,4
2007	74,2
2008	71,1
2009	64,3

Occupazione

In totale l'occupazione nel settore tessile in Belgio contabilizza 27.000 posti di lavoro diretti, ossia ad una diminuzione di circa il 5% rispetto al 2008. Da notare che nel 2009 in termini assoluti sono stati soppressi 1.500 posti di lavoro. Inoltre la disoccupazione temporanea, che è un fattore strettamente dipendente dall'andamento dell'economia, era del 50% superiore al livello dell'anno precedente. Nel primo trimestre del 2009 la disoccupazione faceva segnare il livello più elevato degli ultimi anni.

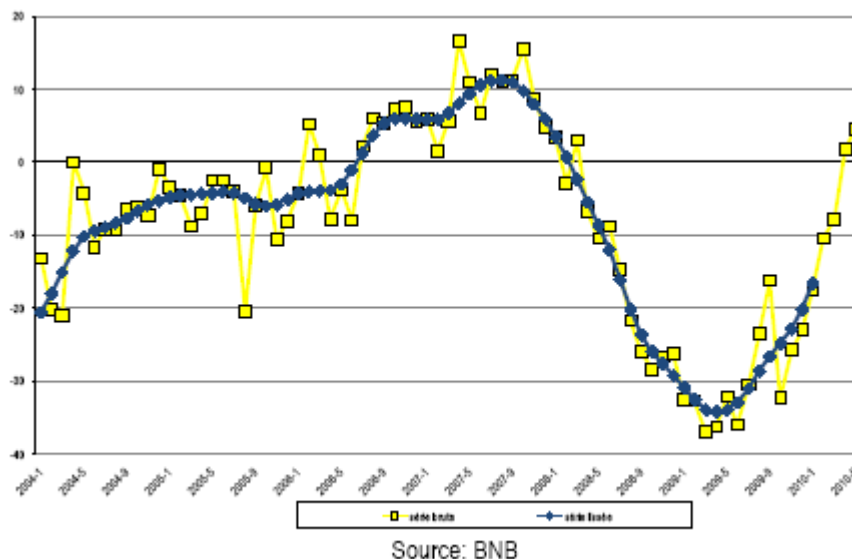
Salario

Nel settore dell'abbigliamento, la regolazione automatica di stipendi e salari al costo della vita si applica a scadenze fisse, il 1° aprile e il 1° ottobre di ogni anno, in base all'indice d'inflazione. Fedustria, la Federazione del tessile e dei mobili, ha calcolato che, inizio 2009 il costo salariale medio si attestava a 24,28 Euro l'ora.

Commercio al dettaglio

Nel 2009 il consumo privato era del 2,6% superiore in confronto allo stesso periodo nel 2008. Quest'evoluzione potrebbe essere da attribuire al leggero aumento della quantità di capi venduti ed anche ad un aumento dei prezzi al consumo superiori dell'1% rispetto a quelli dell'anno precedente. Dopo un lungo periodo di rialzo, questa curva ha raggiunto l'apice a fine 2007 per poi ricadere fortemente, durante il 2008 ed all'inizio del 2009, sotto il livello delle precedenti recessioni. La seconda parte vede una leggera ripresa e si traduce in una curva ascendente.

Grafico della congiuntura del commercio dell'abbigliamento e del tessile



Negli ultimi anni si è assistito ad un aumento a ritmo serrato del fatturato nel settore del commercio retail tessile e dell'abbigliamento. Pertanto, il fatturato del commercio

nel settore dell'abbigliamento è ancora aumentato del 0,4% nel 2008 e del 2,6% nel 2009 per raggiungere i 5,7 miliardi di Euro.

CENTRI ALL'INGROSSO

Il Trade Mart è il centro all'ingrosso di Bruxelles. Situato a nord della città, vicino allo stadio di Heysel e all'Atomium è un centro di esposizione permanente accessibile solo agli operatori del settore. Lo showroom è aperto dal lunedì al venerdì, ma solo il lunedì gli espositori sono in loco ed è possibile accedervi senza appuntamento. Numerosi grossisti ed agenti vi espongono i propri prodotti nelle varie divisioni: calzature, abbigliamento, accessori, ecc. Gran parte dei dettaglianti si recano frequentemente nel centro per acquistare o informarsi su moda e tendenze.

IMMAGINE, ENTI DI FORMAZIONE, PROMOZIONALI E FIERISTICI

Immagine della moda in Belgio

Alla fine degli anni 70 il settore belga dell'abbigliamento attraversava un periodo di malessere profondo. Allora si producevano principalmente capi fuori moda mentre i produttori belgi non erano creativi. Negli anni 80, il Governo belga ha finalmente adottato delle misure di sostegno per il settore della moda con l'obiettivo di agevolare la creatività in questo settore. In quegli anni, l'alta moda era popolare in grandi città come New York e Milano mentre il Belgio non veniva assolutamente associato alla moda. La situazione cambiò grazie all'iniziativa di Helena Ravijst e del suo piano per il settore tessile 'Mode is Belgisch', ovvero "la moda è belga". La stessa Sig.ra Ravijst ha anche inventato il premio dell'abbigliamento 'Gouden Spoel' (spola d'oro), al fine di accrescere la visibilità del settore della moda. A partire dal 1988, Anversa diventa un'importante città della moda grazie al contributo di sei giovani designer che si erano appena laureati proprio ad Anversa: Dirk Bikkembergs, Ann Demeulemeester, Walter van Beirendonck, Dries Van Noten, Dirk van Saene e Marina Yee. I cosiddetti 'Antwerp six' rappresentarono indubbiamente la rivelazione

della fiera British Designer Show a Londra. Questo periodo fu rilevante per la moda belga che, a partire da allora fu apprezzata e seguita al livello internazionale.

Scuole

L'industria della moda in Belgio è sostenuta, nella fase di formazione, da diverse scuole di moda specializzate. La loro funzione non è solo quella di creare figure professionali che si occupino della creazione di capi d'abbigliamento made in Belgio, ma svolgono anche un importante ruolo nel diffondere la cultura della moda e del design stimolando l'acquisto di un prodotto ricercato. Tra le scuole più conosciute nel Paese, concentrate nelle città principali, possiamo annoverare: la Ecole Nationale Supérieure des Arts Visuels de La Cambre, la Atelier Lannaux e la Haute Ecole Francisco Ferrer con sede a Bruxelles, la Hogeschool Gent situata nella città di Gent e la più conosciuta Hogeschool Antwerp – Fashion Department di Anversa, famosa per aver formato i cosiddetti “sei di Anversa”.

Fiere

Negli ultimi anni, a causa del momento difficile che sta attraversando il settore dell'abbigliamento, diverse fiere attive nel paese hanno cessato la loro attività. In particolare è da sottolineare la chiusura delle fiere Afair e Station di Anversa, che rappresentavano ormai un appuntamento fisso, rispettivamente dagli anni 2006 e 2007, nel panorama delle collezioni lusso e giovani. Il 6 e 7 febbraio 2011, ad Antwerp Expo, si terrà il nuovo Salone Gallery 20-20, che dovrebbe essere, secondo gli organizzatori, una versione migliorata di Afair. Questa fiera metterà l'accento sulle collezioni di capi d'abbigliamento, ma valorizzerà anche gli accessori come scarpe, borse ecc..

Continua la sua attività di promozione fieristica il Trade Mart, attraverso i “Fashion Days”, che, quattro volte l'anno, (settembre-ottobre per le collezioni autunno/inverno e febbraio-marzo per quelle primavera/estate), presenta le nuove tendenze della moda. I primi appuntamenti previsti in calendario hanno un fine meramente conoscitivo, e danno la possibilità agli operatori di osservare tutti i capi presenti in collezione. Nelle altre date, invece, gli operatori, avendo una già una visione complessiva del salone, hanno la facoltà di riservare la merce che intendono esporre nei loro stand.

Città di moda

Anversa è da considerare il capoluogo della moda in Belgio. Si noti che è stata la scuola “Hogeschool di Anversa” a contribuire a stimolare la creatività della città. Sono proprio la creatività, il know-how ed il talento degli stilisti che hanno fatto sì che la moda fiamminga godesse di un’immagine positiva sia al livello nazionale che internazionale. Simbolo della moda ad Anversa è la Nationale Straat che parte dalla Groenplaats, in centro città e ospita i negozi più importanti. Nella stessa strada si trova il palazzo ‘modenatie’, un edificio del 900 che ospita due enti : il museo della moda della provincia di Anversa ed il ‘Flanders Fashion Institute’ (FFI), l’istituto di promozione della moda della Regione Fiandre.

Bruxelles è da considerare, dopo Anversa, la seconda città di moda in Belgio. Sono da rilevare le zone intorno alla rue Dansaert e dell’Avenue Louise.

I tre Enti belgi di promozione e la propria attività

Ogni Regione del Belgio dispone del proprio istituto di promozione :

Fiandre : F.F.I.

La FFI è stata creata nel 1998 col sostegno del Governo Fiammingo. La FFI agevola l’imprenditorialità nell’industria della moda nelle Fiandre, fornisce assistenza amministrativa ai designer, accompagna durante la carriera e promuove la moda nelle Fiandre al livello nazionale ed internazionale.

La FFI assegna vari premi ed organizza sfilate per stimolare la creatività dei giovani stilisti nonché stand collettivi in occasione delle maggiori fiere del settore, anche all’estero. Inoltre, ogni anno organizza un percorso di moda denominato ‘Vitrine’, che si tiene a giugno 2010 alternativamente ad Anversa oppure a Gent. Si tratta di un percorso pedonale nel centro di Anversa ed a Gent attraverso le vetrine di negozi di moda e di vari palazzi storici. In quest’occasione, una ventina di punti vendita sono attrezzati ‘ad hoc’ con delle creazioni di designer di moda. L’obiettivo è quello di illustrare al grande pubblico la visione unica dei designer di moda fiamminghi e stranieri.

Bruxelles : Modo Brussels

Nel 1994 Modo Bruxellae è stata creata per creare e mantenere l'immagine della moda di Bruxelles con il sostegno del Ministero dell'Economia e della Regione di Bruxelles. Le principali attività di Modo Bruxellae sono : il percorso Modo, un percorso di moda itinerante, il premio Modo, consegnato ad un designer creativo nonché una che rappresenta un appuntamento tra designer e pubblico.

Vallonia : WBDM : Vallonia Bruxelles Design Mode

WBDM è un ente sostenuto dalla Regione Vallonia, dalla Communauté française (DRI et CGRI), dall'Agence wallonne à l'exportation et aux investissements étrangers (AWEx) et dal Ministère de la Communauté française. L'obiettivo è quello di promuovere e valorizzare il know-how dei designer, organizzando eventi al livello internazionale attraverso la partecipazione a fiere, e concorsi internazionali e invitando buyers stranieri e stampa internazionale in Belgio per far loro incontrare stilisti e designer. La WBDM provvede quindi allo sviluppo di vari eventi di promozione (anche attraverso brochure, cataloghi d'esposizione, ...). e si occupa di consigliare ed assistere designer valloni e di Bruxelles sulle possibilità di esportare ottenendo finanziamenti, sulle opportunità all'estero ed assistenza alla prospezione.

2. COMMERCIO ESTERO

SISTEMA DI CIRCOLAZIONE DELLE MERCI

All'interno dell'Unione Europea non è obbligatorio apporre negli articoli tessili un'etichetta "Made in" con l'indicazione specifica del Paese europeo di fabbricazione. A livello internazionale è obbligatoria l'etichettatura Made in Italy oppure Made in E.U., a seconda del paese di destinazione. Alcuni paesi extra comunitari si accontentano dell'indicazione Made in E.U.; altri, come, ad esempio, alcuni dei principali partner commerciali dell'Italia e degli altri Paesi europei richiedono, invece, l'indicazione obbligatoria specifica.

Tra le imposte addizionali alle importazioni vi è l'IVA. I paesi membri applicano il sistema dell'IVA seguendo gli stessi principi di base, pur potendo fissare liberamente, entro certi limiti, le quote applicabili.

Tali variazioni non hanno alcuna influenza sul commercio tra l'Italia ed il Belgio. L'IVA, infatti, si paga nel paese di destinazione della merce (sistema di esenzione nel paese di partenza e di tassazione nel paese d'arrivo).

L'aliquota IVA alla quale sono sottoposti i prodotti tessili e di abbigliamento in Belgio è del 21%.

Per quel che concerne il Lussemburgo la normativa è più complessa. Viene applicata un'aliquota normale del 15% per l'abbigliamento; vi fanno poi eccezione i capi d'abbigliamento per bambini e compresa la taglia 188, per i quali è prevista un'aliquota del 3% ed i capi d'abbigliamento per uomo fatti su misura e forniti dai sarti, tassati ad un'aliquota del 12%.

Non è obbligatoria un'etichettatura relativa al produttore, l'indicazione di un marchio o della taglia dell'articolo. L'unica etichetta obbligatoria per i prodotti tessili è l'etichetta che si riferisce alla composizione del prodotto. In teoria questa etichetta deve essere redatta nella lingua del consumatore finale. In alcuni paesi, come ad esempio in Belgio, un piccolo paese con tre lingue ufficiali, la dogana si accontenta generalmente se l'indicazione è fornita in francese o in inglese.

E' tuttavia consigliabile utilizzare etichette redatte nella lingua del consumatore. Un apposito glossario è pubblicato sul sito dell'Organizzazione di Etichettatura tessile GINETEX.

IMPORT - EXPORT PER PAESE

Il 78% della produzione belga del tessile è destinata all'export. Nel 2009 le esportazioni ammontavano a 9,8 miliardi di Euro, corrispondente ad un aumento del 9,7% rispetto al 2008. Da notare che il mercato interno dell'U.E. rappresenta l'85,5% delle esportazioni totali. La Francia rappresenta il primo cliente del Belgio (-9,7%) seguito dalla Germania (-2,0%) e dalla Gran Bretagna. Il mercato dell'export verso i Paesi Bassi è diminuito del 17,7%. Per quanto riguarda le importazioni, essi sono diminuite del 10,1% in valore. Da notare che la Cina rappresenta il primo fornitore del Belgio con una quota di mercato del 23% mentre la Francia rappresenta il secondo

fornitore del Belgio con una quota dell'14%, seguita dalla Germania (11%) . L'Italia si colloca al sesto posto con una quota di mercato del 5%

IMPORT – EXPORT PER PRODOTTO

Analizzando lo scambio di prodotti di abbigliamento rispetto agli anni 2008/2009 si evincono delle regressioni dei volumi in entrambe le direzioni per quasi tutte le categorie di prodotto.

I volumi maggiori sono rappresentati dagli articoli di abbigliamento femminile, che nell'anno 2009, con valori di import di 1.342.937.000 € e valori di export di 1.074.298.000 €, rappresentano la prima categoria di beni richiesta. Con valori di circa un terzo inferiori segue lo scambio di articoli di abbigliamento maschili, che assieme agli articoli da donna rappresentano il 67% dell'export ed il 69% dell'import degli articoli di abbigliamento in Belgio.

La regressione delle importazioni di articoli di abbigliamento maschile (-13,2%) è analoga a quella delle esportazioni per gli stessi articoli (-14,5%). La medesima tendenza si nota nella voce articoli femminili, che ha registrato un calo delle esportazioni del 13,7% rispetto alla regressione delle importazioni del 11,6%.

Il trend di contrazione è stato seguito anche dalle altre voci della categoria. Gli articoli di abbigliamento da lavoro hanno mostrato valori inferiori del 15,4% per l'export e del -10,2% dell'import rispetto all'anno precedente.

EXPORTATIONS VETEMENTS TISSES ET ACCESSOIRES

	2008		2009		09/08
	en 1000 euro	pcs	en 1000 euro	pcs	
Vêtements dessus hommes	1.064.815	100.361.765	910.849	84.331.786	-14,5%
-Ensembles	4.906	1.317.541	5.353	1.006.816	9,1%
-Vestes	38.093	2.912.437	33.679	2.832.498	-11,6%
-Costumes	26.969	1.299.956	27.262	1.350.962	1,1%
-Pantalons	664.551	63.528.563	550.577	52.175.052	-17,2%
-Chemises	122.785	18.634.827	99.150	15.032.938	-19,2%
-Manteaux	32.172	2.581.680	39.526	3.334.008	22,9%
-Anoraks, blousons	175.339	10.086.761	155.302	8.599.512	-11,4%
Vêtements dessus dames	1.244.180	153.258.883	1.074.298	136.423.139	-13,7%
-Tailleurs	17.198	3.570.444	10.349	1.536.938	-39,8%
-Vestes	82.939	8.452.666	69.070	7.147.521	-16,7%
-Costumes tailleurs	1.930	311.757	1.750	814.316	-9,3%
-Robes	115.908	12.799.465	138.357	17.796.497	19,4%
-Jupes	91.947	13.100.217	76.372	11.075.800	-16,9%
-Pantalons	552.240	70.727.467	436.857	56.941.652	-20,9%
-Blouses	145.303	24.249.416	153.230	25.270.936	5,5%
-Manteaux	105.308	8.766.521	83.883	7.139.866	-20,3%
-Anoraks, blousons	131.409	11.280.930	104.431	8.699.613	-20,5%
Vêtements de travail	130.358	7.556.984	110.295	6.588.334	-15,4%
-Dames	16.265	292.498	15.719	531.995	-3,4%
-Hommes	114.093	7.264.486	94.576	6.056.339	-17,1%
Articles bébés	31.168		24.629		-21,0%
Lingerie	32.191	13.263.683	30.657	12.313.038	-4,8%
Corsetterie	162.867	34.964.755	162.665	30.896.300	-0,1%
-Soutiens gorge	150.605	34.155.469	150.194	29.996.119	-0,3%
-Gaines	3.412	498.801	3.239	456.721	-5,0%
-Gaines culottes	6.783	310.485	6.262	443.460	-7,7%
-Autres	2.068		2.970		43,6%
Vêtements de sport	85.872	5.905.445	68.579	5.999.287	-20,1%
-Vêtements de bain hommes	2.536	841.693	1.839	791.327	-27,5%
-Vêtements de bain femmes	1.893	529.972	2.007	1.206.264	6,0%
-Ensembles de ski	1.418	90.444	834	65.863	-41,1%
-Trainings	80.026	4.443.336	63.899	3.935.833	-20,2%
Autres vêtements	364.802	764.344	306.731	797.217	-15,9%
Accessoires	223.502	66.438.676	197.481	65.524.311	-11,6%
-Sjaals, écharpes, ...	25.798	23.157.875	27.441	21.748.892	6,4%
-Cravates, ...	3.948	1.240.339	2.827	1.022.750	-28,4%
-Gants	17.491	6.645.935	14.855	7.694.707	-15,1%
-Casquettes et chapeaux	124.145	30.224.834	109.517	29.606.894	-11,8%
-Parapluies et parasols	20.462	5.169.693	17.422	5.451.068	-14,9%
-Autres	31.659		25.419		-19,7%
Vêtements en cuir	83.655	12.319.914	71.512	7.534.306	-14,5%
Mouchoirs	1.516	4.101.348	1.177	3.698.440	-22,4%
Broderie	19.824		14.098		-28,9%
TOTAAL	3.444.751	398.935.797	2.972.970	354.106.158	-13,7%

IMPORTATIONS VETEMENTS TISSES ET ACCESSOIRES

	2008		2009		09/08
	en 1000 euro	pcs	en 1000 euro	pcs	
Vêtements dessus hommes	1.160.358	130.440.185	1.007.721	110.074.832	-13,2%
-Ensembles	7.605	1.479.499	7.505	997.031	-1,3%
-Vestes	64.943	3.529.042	58.218	3.143.291	-10,4%
-Costumes	53.401	1.564.716	47.943	1.157.847	-10,2%
-Pantalons	622.540	75.372.705	532.512	62.894.873	-14,5%
-Chemises	218.047	32.855.157	188.324	27.941.577	-13,6%
-Manteaux	51.988	3.990.197	50.095	4.151.958	-3,6%
-Anoraks, blousons	141.835	11.648.869	123.125	9.788.255	-13,2%
Vêtements dessus dames	1.519.634	195.634.846	1.342.937	178.329.773	-11,6%
-Tailleurs	22.475	3.325.142	20.377	1.717.517	-9,3%
-Vestes	128.004	10.474.928	108.093	8.740.583	-15,6%
-Costumes tailleurs	6.279	432.408	4.277	211.233	-31,9%
-Robes	146.449	15.921.937	177.345	20.200.987	21,1%
-Jupes	137.803	17.746.812	124.200	15.122.054	-9,9%
-Pantalons	612.648	95.896.608	481.474	81.837.158	-21,4%
-Blouses	187.090	28.278.346	198.627	32.029.219	6,2%
-Manteaux	135.637	9.949.139	120.886	8.546.802	-10,9%
-Anoraks, blousons	143.248	13.609.526	107.659	9.924.220	-24,8%
Vêtements de travail	147.739	6.398.733	132.605	5.352.587	-10,2%
-Dames	24.250	785.448	23.677	750.175	-2,4%
-Hommes	123.490	5.613.285	108.928	4.602.412	-11,8%
Articles bébés	45.517		40.521		-11,0%
Lingerie	44.576	14.206.495	45.471	13.477.250	2,0%
Corsetterie	155.002	39.858.834	142.750	33.904.588	-7,9%
-Soutiens gorge	134.860	36.585.356	127.233	31.391.861	-5,7%
-Gaines	6.091	2.909.656	4.629	2.260.955	-24,0%
-Gaines culottes	4.183	363.822	2.902	251.772	-30,6%
-Autres	9.867		7.984		-19,1%
Vêtements de sport	51.486	6.970.199	45.448	6.557.255	-11,7%
-Vêtements de bain hommes	3.794	1.099.936	3.630	1.087.291	-4,3%
-Vêtements de bain femmes	5.581	830.273	6.451	1.594.581	15,6%
-Ensembles de ski	1.480	100.232	1.127	74.301	-23,8%
-Trainings	40.632	4.939.758	34.239	3.801.082	-15,7%
Autres vêtements	323.010	1.227.079	285.351	870.280	-11,7%
Accessoires	226.849	83.962.711	203.732	79.479.548	-10,2%
-Sjaals, écharpes, ...	35.490	26.865.223	38.725	24.427.035	9,1%
-Cravates, ...	11.562	2.080.224	9.120	1.872.959	-21,1%
-Gants	15.753	9.716.274	15.089	8.771.164	-4,2%
-Casquettes et chapeaux	114.009	38.578.136	98.841	37.471.557	-13,3%
-Parapluies et parasols	31.150	6.722.854	25.303	6.936.833	-18,8%
-Autres	18.885		16.655		-11,8%
Vêtements cuir et daim	163.404	25.584.413	140.370	15.762.892	-14,1%
Mouchoirs	3.042	17.125.371	2.128	10.914.969	-30,0%
Broderie	23.364		18.914		-19,0%
TOTAL	3.863.982	521.408.866	3.407.947	454.723.974	-11,8%

3. TENDENZE ed OPPORTUNITA'

Il mercato dell'abbigliamento in Belgio può essere definito strutturalmente un mercato maturo che dispone di reti di distribuzione efficaci. Le aziende italiane sono mediamente rappresentate sul territorio, ma rappresentano solo una piccola quota degli articoli di abbigliamento importati in Belgio. Infatti, al momento, sono principalmente le marche di prestigio ad essere presenti sul territorio. Nell'ultimo decennio i consumatori belgi sono diventati grandi intenditori di moda nazionale ed internazionale mentre conoscono ed apprezzano i grandi marchi italiani.

Per favorire una maggiore diffusione del "made in Italy", sarebbe necessario incrementare gli investimenti in promozione e pubblicità dei marchi italiani per incoraggiare l'acquisto di capi d'abbigliamento. Sarebbe interessante implementare il concetto di **'cross-over'**: privilegiare la presentazione, di capi d'abbigliamento, gioielleria, occhialeria presso un unico punto vendita, senza una divisione per tipo di articolo. Ciò permetterebbe di presentare un 'brand integrato' a favore dell'Italia, puntando sulle numerose categorie di prodotti italiani d'eccellenza.

Infine, il Belgio ha subito gli effetti della crisi economica mondiale anche se la clientela che apprezza la moda continua a spendere. Si osserva, tuttavia, un trend di **'less is more'** del volume degli acquisti. Se in passato il cliente comprava più capi presso un negozio di abbigliamento, ora ne acquista solo uno. Si noti anche che sondaggi effettuati presso il settore della moda hanno evidenziato che, le case produttrici italiane per donna offrono spesso delle taglie troppo ridotte per il mercato belga. Bisognerebbe dunque prevedere delle misure più adatte alle esigenze dei consumatori belgi.

Realizzato da Jan De Beenhouwer, Trade Analyst beni di consumo

4. PRINCIPALI FONTI

ELENCO

CREAMODA

Leliegaarde, 22
1731 Zellin
tel : 02/238.10.11
fax : 02/238.10.10
info@creamoda.be

FEDIS

Avenue Edmond Van Nieuwenhuyse, 8
1160 Bruxelles
tel : 02/788.05.00
fax : 02/788.05.01
info@fedis.be

CCECRB

Av. de la Joyeuse Entrée, 17 - 21
1040 Bruxelles
tel : 02 233 88 50
fax : 02 233 89 12
mail@ccecrb.fgov.be

BNB

Boulevard de Berlaimont 14
1000 Bruxelles
tel : 02 221 21 11
fax : 02 221 31 00
info@nbb.be

Conseil Central de l'Economie

Avenue de la Joyeuse Entrée
1040 Bruxelles
<http://www.ccecrb.fgov.be/>

Fedustria

Allée Hof-ter-Vleest, 5/1
1070 Bruxelles
T : +32 (0)2 528 58 11
F : +32 (0)2 528 58 29
info@fedustria.be
www.fedustria.be