

LITUANIA

Nota di Settore

ABBIGLIAMENTO, TESSILI E CALZATURE

L'Istituto nazionale per il Commercio Estero, con la propria rete di Uffici nel mondo e con le attività di promozione e di assistenza, costituisce un osservatorio sui mercati internazionali al servizio delle imprese italiane.

La presente pubblicazione rientra nel programma editoriale dell'Istituto - collana "INDAGINI/PROFILI - PRODOTTO/MERCATO" - ed è stata realizzata dall'Ufficio ICE di Vilnius

Il programma editoriale è curato dall'Area Prodotti Informativi - Editoria Elettronica.

Maggio 2011

INDICE

Quadro Macroeconomico del Paese.....	3
Definizione del settore	5
Valutazione del mercato	5
Import, export, concorrenza e posizionamento dell'Italia	9
Sistema distributivo.....	13
Comunicazione e manifestazioni	16

Per ulteriori chiarimenti sul settore presentato in questa Scheda si contatti:

ICE atstovybė Vilniuje

Universiteto g. 4, LT-01122 Vilnius

T +370.52123744 F +370.52123449

vilnius@ice.it www.ice.it

Quadro Macroeconomico del Paese

Principali indicatori macroeconomici (1LTL=€0,28962)

	2007	2008	2009	2010	2011
Popolazione (migliaia)	3366.4	3349.9	3338.7	3322.2	3230,3 ¹
Tasso di disoccupazione (%)	4.3	5.8	13.7	17.8	17.1
Tasso d'inflazione annuale rispetto al periodo precedente (var. %)	8.1	8.5	1.3	3.8	0.1 ²
Reddito medio lordo degli occupati (in LTL.)	1802.4	2151.7	2056.00	1990.0*	
Reddito medio netto degli occupati (in LTL.)	1351.9	1650.9	1602.00	1553.8*	
Indice del reddito reale degli occupati (%)	117.0	110.1	92.8	95.8*	
Media delle pensioni di vecchiaia (in LTL.)	595	770	811	746.0	
Indice della produzione agricola lorda a prezzi costanti (%)	116.7	105.2	101.3	95.0*	
Indice di produzione industriale (IVA ed accise escluse) a prezzi costanti (%)	102.4	106.6	84.4	108.2	118.0 ²
Indice del giro d'affari (IVA esclusa) nelle imprese di commercio al dettaglio, vendita di autoveicoli e motoveicoli, loro manutenzione e riparazione, vendita al dettaglio di carburanti (%)	125.6	103.5	54.7	114.4	180.8 ²
Esportazioni beni e servizi (in mld. di LTL.)	43.2	55.5	40.7	54.3*	
Importazioni beni e servizi (in mld. di LTL.)	61.5	73.0	45.3	60.9*	
Saldo bilancia commerciale (in mld. di LTL.)	-18.3	-17.5	-4.6	-6.7*	
Stock di investimenti diretti dall'estero (in mln. di LTL.)	35503.9	32040.4	33695.9	35099.6	
PIL a prezzi correnti (in mln. di LTL.)	98669	111483	91526*	94642*	
Variazione del PIL (%)	9.8	2.9	-14.7	1.3 ³	
PIL pro-capite a prezzi correnti (in LTL.)	29230	33111	27656*		

Fonte: Istituto Nazionale di Statistica lituano

* Dato provvisorio

¹ Dato riferito all'aprile 2011

² Dato riferito al febbraio 2011

³ Seconda stima

~~~~~

La Lituania è la più grande delle tre Repubbliche Baltiche e, per la sua posizione geografica, costituisce un ponte naturale verso un mercato più vasto, che include Bielorussia, Polonia orientale, Lettonia, Estonia e Russia. Secondo i più recenti dati dell'Istituto Nazionale di Statistica lituano (maggio 2011) la popolazione ammonta a 3225,3 mila unità, in diminuzione del 2,7% rispetto al maggio 2010. Negli ultimi tre anni la popolazione è diminuita di oltre 120.000 unità, di cui circa 83.000 solo nel 2010 in ragione della forte emigrazione, diretta soprattutto verso Gran Bretagna (oltre un terzo) ed Irlanda.

Dopo anni di rapida ed accelerata crescita, dovuta all'elevata domanda nazionale ed al boom del mercato immobiliare, l'attività economica ha subito un drastico rallentamento nel 2008 (+2,9%). Dal 7,5% di crescita media annuale dei primi anni del nuovo millennio si è infine passati al -14,7 del 2009.

Lo scoppio delle bolle (immobiliare, del credito e della Borsa) si è aggiunto alla crisi finanziaria globale, alle difficoltà dell'intera regione baltica e al crollo della domanda esterna ed interna, determinando nel 2008 un rallentamento che ha condotto l'economia lituana ad una fase recessiva nella seconda metà dello stesso anno. Il PIL da una crescita del 2,9% nel 2008 è passato nel 2009 a una contrazione del 14,7%, una delle più drastiche dell'UE. Gli attuali indicatori rilevano una sostanziale riduzione della disponibilità finanziaria, un sensibile aumento della disoccupazione, una contrazione dei salari e quindi una flessione dei consumi privati e degli investimenti. La disoccupazione nel 2010 ha raggiunto quasi il 18%.

La Commissione Europea prevede tuttavia una buona crescita del PIL nel 2011, dopo una parziale ripresa nel 2010 (+1,3%). I fondi UE 2007-2013 destinati alla Lituania promuoveranno gli investimenti nelle infrastrutture e miglioreranno l'efficienza energetica degli edifici pubblici e privati. Una migliore performance delle industrie orientate all'esportazione potrebbe creare nuove opportunità lavorative.

~~~~~

Dal 1 maggio 2004, ovvero dal momento dell'ingresso nella UE, il mercato lituano rientra nel mercato unico europeo, pertanto:

- lo scambio con l'Italia è libero e regolato dalle normative intracomunitarie (in parole povere: non ci sono frontiere doganali), incluse quelle sull'IVA
- I rapporti di import/export con Paesi terzi (extracomunitari), inclusi quindi codici merceologici, dazi, procedure doganali, magazzini doganali, misure antidumping, trattamento attivo/passivo della merce, ecc., sono regolati dalle stesse direttive UE che valgono in Italia
- Per quanto concerne certificazioni/omologazioni, ecc., la regola fondamentale è quella che vale in tutti i Paesi UE: se per un settore, o – meglio – un gruppo merceologico esiste la normativa UE (EN) vigente, allora valgono le regole comunitarie simboleggiate dal marchio CE; altrimenti valgono le normative locali.

Il tasso di cambio è stato fissato, a partire dal 2 febbraio 2002, a 1 Euro=3,4528 Lit.

Definizione del settore

Oggetto di questa nota sono le voci doganali:

61, 62, 63 – indumenti a maglia, indumenti non a maglia, altri manufatti tessili

50 - 60 – tessuti ed altri materiali tessili

64 – Calzature, ghette ed oggetti simili; parti di questi oggetti

I dati statistici, a seconda della voce doganale, sono disponibili fino al 2008, 2009 o 2010. Ove non diversamente indicato la fonte dei dati è il Dipartimento delle Statistiche della Repubblica Lituana.

Valutazione del mercato

Analisi del consumo

Secondo gli analisti della SEB, una delle maggiori banche che opera in tutto il Baltico, la contrazione del reddito disponibile nonché l'elevato livello di disoccupazione nel 2010 hanno seriamente intaccato il potere d'acquisto dei consumatori dell'intero mercato dei Paesi Baltici.

Le spese familiari per consumi sono diminuite nel 2010, rispetto al 2009, del 24% in Lettonia e rispettivamente del 18% e del 17% in Estonia ed in Lituania. I dati più recenti mostrano che le persone si sono adeguate alla mutata situazione finanziaria contraendo le spese per consumi.

Si stima che nel 2011 tali spese riprendano a crescere. Secondo gli esperti del gruppo bancario SEB, il principale motore di tale crescita delle spese per consumi nei Paesi Baltici sarà il rinnovato ottimismo dei consumatori.

Spesa media mensile per abbigliamento e calzature (importi in Euro)

	2006	2007	2008
Grandi città	20.7	24.4	23.8
Altre città	15.7	21.3	17.5
Villaggi	12.3	13.6	16.0
LITUANIA	16.5	20.0	19.5

Nel 2008 (il dato più recente disponibile) le spese familiari per consumi hanno raggiunto LTL 793,9 (Eur 229,93 ca.) pro capite. Nel 2008, le famiglie hanno speso per il cibo (bar, ristoranti esclusi) il 34,8% del totale delle spese per consumi, cioè mediamente LTL 276,2 (Eur 79,99 ca.) pro capite al mese.

Nel 2009 le spese annue per la casa, le spese condominiali e energetiche hanno pesato per il 20,4% sul totale delle spese per consumi, quelle per i trasporti – il 16,3%, quelle **per abbigliamento e calzature il 7,7%**, quelle per tempo libero e cultura – il 5,8% del totale.

STRUTTURA DELLE SPESE FAMILIARI PER CONSUMI (%)

	2006	2007	2008
Prodotti alimentari e bevande non alcoliche	33.8	33.1	34.8
Bevande alcoliche /tabacco	2.5	2.5	2.6
Abbigliamento/calzature	8.8	9.2	8.5
Utenze (acqua, energia, gas ecc)	12.0	12.0	12.6
Elettrodomestici e cura della casa	5.5	5.8	5.0
Salute	5.0	4.8	4.9
Trasporti	10.3	10.3	9.8
Comunicazioni	5.0	4.9	4,6
Cultura/tempo libero	5.2	5.5	4.8
Istruzione	0.9	0.8	0.6
Ristoranti/caffè, alberghi	4.9	5.2	5,5
Merci e servizi vari	4.9	4.7	5.0

Produzione

Cenni sulla produzione locale del settore tessile e abbigliamento

Negli anni precedenti la crisi economica mondiale il comparto produttivo lituano del settore tessile-abbigliamento costituiva uno dei comparti più importanti per quanto riguarda il numero di addetti, il volume della produzione ed il numero di aziende.

Attualmente il settore tessile – abbigliamento, dopo un periodo piuttosto difficile a causa della congiuntura economica internazionale, della relativa crescita del costo della manodopera, della diminuita competitività della stessa forza lavoro e della concorrenza derivante dalle maggiori importazioni di prodotti “economici” dall’Asia, sembra avviato a riprendersi.

Secondo i dati della LATIA (l’Associazione lituana dei produttori tessili e di abbigliamento) il mercato del tessile durante gli ultimi anni ha mostrato segnali di indebolimento; le esportazioni di prodotti tessili e abbigliamento sono diminuite dai € 944,7 milioni del 2007 ai € 759,9 milioni nel 2009. Il 2010 ha invece segnato un’inversione di tendenza delle esportazioni che si sono quasi riportate sul livello del 2007, l’anno di maggiore crescita economica del paese, raggiungendo il valore complessivo di € 933,8 milioni.

Secondo i dati dell’Eurostat, riportati sul sito dell’Associazione di settore LATIA, la Lituania si è confermata essere uno dei Paesi europei in cui l’industria tessile e dell’abbigliamento rimane piuttosto rilevante. Nel Paese, relativamente piccolo con una popolazione di poco più di 3 milioni di abitanti, sono impiegati nell’industria tessile e dell’abbigliamento circa 30.000 addetti. Circa l’80 % della produzione nazionale è diretta verso mercati esteri.

L’industria tessile e dell’abbigliamento lituana ha una lunga tradizione. In passato, la Lituania è stata il principale fornitore di prodotti tessili e dell’abbigliamento dell’Unione Sovietica. Dopo il crollo dell’Unione Sovietica le fabbriche sono state privatizzate, alcune

aziende sono state acquistate da investitori locali ed esteri, soprattutto scandinavi. Durante il passato ventennio molti brand europei e statunitensi quali „Mexx“, „Next“, „Laura Ashley“, „Hugo Boss“, „H&M“, „Marks&Spencer“, „Nike“, „Decathlon“ hanno avviato collaborazioni con produttori lituani in ragione dei minori costi di produzione rispetto al resto d’Europa ed alla velocità e flessibilità dei fornitori lituani.

L’industria tessile e dell’abbigliamento lituana produce tessuti, capi d’abbigliamento, in massima parte conto terzi, lavorazione, conciatura e tintura di pelli ed ha complessivamente un grande impatto sull’economia del Paese.

Principali prodotti del settore tessile e abbigliamento lituano (2006-2009)

Tipologia di prodotto	2006	2007	2008	2009
Lino (migliaia di tonnellate)	11.3	10.3	5.5	2.5
Tessuti (milioni di mq.)	75.2	52.6	27.6	13.1
Articoli di maglieria (milioni di capi)	36.6	30.1	22.8	19.8
Maglieria intima (milioni di capi)	10.7	7.5	7.9	7.3
Maglieria esterna (milioni di capi)	25.9	21.0	14.9	12.5
Soprabiti (migliaia di capi)	1108	921	637	408
Calze e collant (milioni di paia)	55.3	42.7	43.4	35.2
Giacche (migliaia di capi)	2432	1995	1598	1257
Completi (milioni di capi)	271	268	205	255
Pantaloni (migliaia di pz.)	6988	6485.2	3991	2271
Camicie uomo (migliaia di capi)	2022	1556	1245	641
Abiti (migliaia di capi)	1211	1144	988	641
Camicie donna (migliaia di capi)	5492	4014	2344	1397
Calzature (milioni di paia)	1.0	1.0	0.9	0.9

L’industria tessile e dell’abbigliamento lituana costituisce- come detto - uno dei settori più rilevanti dell’economia lituana. Le esportazioni del settore negli ultimi anni hanno costituito in media il 6,35% delle esportazioni complessive del Paese, pur passando dal 7,6% del totale delle esportazioni nel 2007 al 5,9% nel 2010.

L’indebolimento relativo del comparto sul complesso delle esportazioni è testimoniato dal fatto che nel 2005 le esportazioni di abbigliamento e tessili rappresentavano la terza voce dell’export dopo i prodotti alimentari e l’industria della lavorazione del legno, mentre nel 2010 le esportazioni di prodotti tessili e di abbigliamento sono scese all’ottavo posto. Tale contrazione di medio periodo sia della produzione che delle esportazioni del settore, pare doversi ricondurre, ancor prima che alla crisi mondiale economica, al fatto che dopo l’adesione di Lituania nell’UE il costo della manodopera lituana è aumentato determinando la decisione di numerosi clienti esteri di spostare la produzione, specialmente di

abbigliamento, verso altri Paesi UE e limitrofi dove il costo della manodopera è rimasto competitivo– Ucraina, Romania etc.

Investimenti

In Lituania il governo dopo la transizione è riuscito a creare un clima generale favorevole agli investimenti esteri, tant'è che il settore del Tessile-Abbigliamento è risultato essere uno dei più attraenti sia per la possibilità di reperire molti tessuti sul mercato (ricordiamo che nelle tre Repubbliche Baltiche vi era una grande produzione di lino), sia per l'effettiva professionalità della manodopera che possiede il necessario *know how*.

La disponibilità di capitale ed il sostegno agli investimenti diretti sono stati i principali fattori ad influenzare la crescita della produzione, determinando altresì un aumento della produttività della manodopera impiegata nell'industria tessile e dell'abbigliamento. Sulla base dei dati statistici disponibili, durante il periodo 2008-2010 gli investimenti nel predetto settore sono ammontati a € 338,8 milioni (pari al 4,5% degli investimenti diretti nell'intera industria manifatturiera nazionale).

Una così rapida crescita degli investimenti è stato sicuramente uno dei principali fattori determinanti la crescita dell'industria lituana negli anni precedenti la crisi. La maggiore competitività dell'industria tessile e dell'abbigliamento ha inoltre determinato migliori opportunità per lo sviluppo dell'export dei prodotti di tale settore rispetto ad altri settori dell'industria nazionale ed una crescente capacità d'attrazione di nuovi investimenti.

Le aziende del settore risultano concentrate nella zona di Kaunas, la vecchia capitale.

Investimenti italiani in Lituania

Il Gruppo Marzotto, tramite la sua affiliata tedesca "Marzotto GmbH", ha acquisito nell'aprile 2000 una quota dell'84% del capitale della Società lituana "LITEKSAS & CALW AB" di Kaunas, operante nel settore tessile. La Marzotto ha poi lanciato un'ulteriore offerta per l'acquisizione della rimanente quota di capitale. Il costo dell'intera operazione è ammontato a circa 15 milioni di Euro, sommando il costo del capitale sociale e dei debiti nonché gli investimenti per la ristrutturazione degli impianti. Nel 2005 la Società olandese Marzotto Textile appartenente al Gruppo Marzotto è diventata proprietaria del 99,97% delle quote della Società Liteksas, AB.

La principale attività della Società, denominata "AB Liteksas" è la produzione di coperte e sciarpe di lana. La Società Liteksas esporta quasi tutta la propria produzione, principalmente verso l'Italia. Nel 2005 la Liteksas, AB è stata ristrutturata ed è stata costituita una nuova Società Lietvilna, UAB a cui è passata tutta la produzione ed il commercio dei filati di lana. Proprietaria della Lietvilna, UAB è il Marzotto Group.

La Società Linificio e Canapificio Nazionale, una controllata del Gruppo Marzotto, ha costituito in Lituania una Società chiamata "**Lietlinen**", che all'inizio del mese di ottobre 2001 ha acquisito dalla stessa Marzotto alcuni impianti dislocati nell'area contigua a quella della "AB Liteksas", per un investimento complessivo pari a circa 6 milioni di Euro. La Lietlinen, UAB produce filati pettinati.

Import, export, concorrenza e posizionamento dell'Italia

Abbigliamento

DATI GENERALI, milioni di EUR – solo Abbigliamento (vv.dd. 61-62-63)

	2008			2009			2010		
	Import	Export	Saldo	Import	Export	Saldo	Import	Export	Saldo
Lituania	419.0	621.9	202.9	338.9	554.4	215.5	363.6	640.6	277.0

- La Lituania, come si può notare dalla tabella, è saldamente un esportatore netto; in realtà le importazioni sono relative a quello che poi si commercializza nei punti vendita e nei mercati mentre un'alta percentuale dell'export riguarda prodotti finiti confezionati p/c terzi ovvero p/c di quelle ditte che hanno effettuato investimenti in Lituania ma fanno capo a realtà ubicate in Germania, Gran Bretagna, Svezia, Danimarca, etc. (sii tratta cioè di trasferimenti interaziendali) e questo si evidenzia nelle tabelle statistiche riportate di seguito.
- Per quanto attiene alla composizione dell'import possiamo dire che più del 50% di abbigliamento importato è diretto ad un target basso di consumatori; meno del 50% ad un target medio-alto, ed in tale segmento si posiziona per lo più l'offerta italiana.
- L'Italia con la quota media di mercato del 19.3% rimane un leader assoluto tra i fornitori di abbigliamento in Lituania. La posizione dell'Italia è sempre stata forte e negli ultimi anni sono state aperte molte piccole boutiques di moda italiana; anche i centri commerciali aperti di recente e quelli ancora in fase di realizzazione dichiarano di essere orientati ad accogliere dei negozi di moda italiana.
- Prescindendo dall'attuale congiuntura economica nel corso del passato decennio si è evidenziato un deciso miglioramento della qualità della vita nonché la graduale formazione di una classe "media", prima inesistente. Correlato a questi fenomeni si evidenziano nei Paesi Baltici un interesse crescente verso i prodotti "alla moda" e l'Italia risulta fra le scelte "privilegiate" nei gusti degli abitanti della regione.
- Da Cina, Turchia, Polonia, si importa l'abbigliamento che si vende poi nei mercati locali oppure nelle catene della GDO; si tratta di prodotti qualitativamente scadenti ma che fanno comunque concorrenza ai prodotti di qualità per un più favorevole rapporto qualità/prezzo.
- Nel corso degli anni precedenti la crisi economica il volume dell'import di abbigliamento era cresciuto in maniera assai rilevante non solo grazie al miglioramento delle condizioni socio-economiche della popolazione ma anche in virtù dell'apertura di numerosi nuovi canali di vendita, in primo luogo di numerosi centri commerciali.
- Secondo gli esperti del gruppo bancario SEB nel corso del 2010 l'aumentata fiducia nel futuro da parte dei consumatori ha determinato una crescita delle spese per tutti i beni di consumo, abbigliamento incluso. Infatti, gli importatori e distributori di abbigliamento notano una tendenza all'aumento delle spese per l'acquisto di abbigliamento di qualità.

Importazioni d'Abbigliamento (dati in milioni di Euro)

	2008	2009	2010
61 Indumenti a maglia	177.45	153.01	158.22
62 Indumenti non a maglia	180.98	130.44	144.46
63 Altri manufatti	60.56	55.46	60.91
Totale	418.99	338.91	363.59

Esportazioni d'Abbigliamento (dati in milioni di Euro)

	2008	2009	2010
61 Indumenti a maglia	240.91	230.86	259.01
62 Indumenti non a maglia	286.98	235.89	279.48
63 Altri manufatti	93.98	87.64	102.09
Totale	621.87	554.39	640.58

Importazioni (quote %)

principali paesi fornitori	2008	2009	2010
Italia	17.3%	21.8%	20.4%
Polonia	18.1%	15.2%	13.9%
Germania	13.8%	12.8%	13.7%
Lettonia	4.2%	5.1%	7.8%
Cina	7.3%	6.8%	6.1%
Gran Bretagna	2.4%	1.0%	4.4%

Esportazioni (quote %)

principali paesi clienti	2008	2009	2010
Russia	28.2%	23.6%	25.2%
Germania	20.5%	15.5%	15.4%
Gran Bretagna	17.3%	9.8%	9.9%
Svezia	14.6%	8.1%	8.1%
Danimarca	11.7%	6.6%	6.2%
Norvegia	8.4%	5.4%	5.3%

- Come si nota dalle tabelle, i maggiori mercati di sbocco per l'abbigliamento prodotto in Lituania sono Russia, Germania, Gran Bretagna, Svezia, Danimarca. La Russia occupa stabilmente il primo posto come mercato di sbocco del settore, soprattutto per quanto attiene la v.d. 61 (indumenti in maglia) in quanto la Lituania è tradizionalmente conosciuta nei Paesi dell'ex Unione Sovietica come un produttore di articoli in maglia caratterizzati da un buon rapporto qualità e prezzo. Un'alta percentuale dell'export riguarda prodotti finiti confezionati p/c terzi ovvero p/c di quelle ditte che hanno effettuato investimenti in Lituania ma sono ubicate in Germania, Gran Bretagna e nei Paesi Scandinavi.

È interessante sapere che in Lituania grandi quantità di abbigliamento molto scadente viene commercializzato a Gariunai, considerato il più grande mercato all'aperto dei Paesi baltici, dove, secondo gli esperti, qualche anno fa vi era un giro d'affari annuale di 1 miliardo di euro circa. In questo mercato, frequentato anche da persone provenienti da Bielorussia, Lettonia, Estonia, Ucraina e Polonia, viene anche venduto abbigliamento usato importato dall'estero (rientrando nella Voce Doganale 63).

A tal riguardo si evidenzia come, dopo l'adesione della Lituania all'UE, il potere d'acquisto dei consumatori lituani sia notevolmente e progressivamente cresciuto e, di conseguenza, la richiesta di abbigliamento usato sia andata diminuendo; sempre maggiori quantità di tale merce vengono quindi esportate verso la Russia ed altri Paesi della CSI. Per quanto attiene ai punti vendita dove in precedenza si vendevano gli indumenti usati, si nota una nuova tendenza – in questi negozi adesso è venduto l'abbigliamento *stock*, cioè abbigliamento importato di collezioni di anni precedenti a prezzi fortemente ribassati. Dall'altra parte si evidenzia come numerosi consumatori lituani continuino ad acquistare i capi d'abbigliamento nei grandi supermercati attuando scelte basate sul prezzo del prodotto. Parimenti in Lituania sta crescendo dimensionalmente una classe media in grado di acquistare abbigliamento di buona qualità, anche di brand riconosciuti, in punti vendita specializzati il cui numero è in stabile crescita. A tal riguardo nel centro della capitale Vilnius si sta sviluppando un quartiere in cui sono presenti negozi di grandi marchi e boutiques sulla scorta di quanto accade nelle principali città dell'UE.

Prodotti tessili

Di seguito i dati riepilogativi dell'intero settore "Tessili" (ovvero vv.dd. da 50 a 60).

Importazioni (dati in migliaia di Euro)

vv.dd. da 50 a 60	2008	2009	2010
TOTALE	425532.02	322932.40	435344.16

Esportazioni (dati in migliaia di Euro)

vv.dd. da 50 a 60	2008	2009	2010
TOTALE	264029.14	205799.99	293193.76

Nel 2010 i principali paesi fornitori sono risultati essere

PAESE	Importazioni (mila Euro)	Quota %
Germania	68199.66	15.7%
Gran Bretagna	42257.94	9.7%
Italia	38227.00	8.8%
Polonia	28881.75	6.63%
Turchia	28622.07	6.57%
Danimarca	23742.47	5.5%
TOTALE	435344.16	100

CALZATURE

Per quanto attiene al settore "Calzature" (v.d. 64):

Importazioni (dati in migliaia di Euro)

v.d 64	2008	2009	2010
TOTALE	117634.62	82389.65	73646.08

Esportazioni (dati in migliaia di Euro)

v.d 64	2008	2009	2010
TOTALE	25186.17	22435.56	23254.95

Importazioni (quote %)

principali paesi fornitori	2008	2009	2010
Germania	21.2%	26.9%	21.6%
Cina	13.7%	11.8%	16.7%
Polonia	10.4%	8.5%	11.8%
Italia (posizione)	17.7% (2)	12.9% (2)	10.2% (4)
Estonia	7.0%	5.4%	6.6%
Paesi Bassi	4.1%	4.2%	5.6%

Esportazioni (quote %)

principali paesi clienti	2008	2009	2010
Lettonia	43.4%	38.6%	28.8%
Russia	10.5%	10.5%	27.3%
Gran Bretagna	7.7%	8.3%	11.0%
Germania	3.8%	4.9%	8.3%
Estonia	7.3%	6.9%	7.4%
Polonia	19.1%	22.9%	5.3%

Come si nota dalla tabella, l'Italia è stabilmente uno dei principali fornitori di calzature del mercato lituano, con una quota media del 13.6% durante gli ultimi 3 anni. Negli anni 2008-2009 l'Italia occupava il 2° posto quale paese fornitore, mentre il 2010 ha visto un suo slittamento al 4° posto. La Germania occupa stabilmente il 1° posto tra i Paesi fornitori del settore anche in virtù dell'apertura nel 2008 di numerosi punti vendita della catena Deichmann che commercializza prodotti che presentano agli occhi del consumatore lituano un buon rapporto qualità - prezzo, offrendo calzature ad un prezzo apparentemente concorrenziale e ritenute di discreta qualità. Un altro fattore che contribuisce alla leadership tedesca è l'opinione tradizionalmente positiva del consumatore lituano sul prodotto tedesco in genere. Invece il 2-3° posto della Cina è da ricondursi al fatto che praticamente tutte le catene della GDO presenti sul mercato lituano offrono al consumatore calzature cinesi presso i propri punti vendita: infine rileva anche il ruolo del mercato all'aperto Gariunai che veicola grandissime quantità di prodotto cinese di qualità piuttosto scadente.

Per quanto riguarda i Paesi di sbocco per le calzature lituane, essi sono maggiormente i Paesi limitrofi quali Lettonia, Russia, Estonia e Polonia.

Sistema distributivo

Abbigliamento

A titolo di premessa si evidenzia come la maggior parte dell'abbigliamento importato in Lituania e diretto ad un target medio basso viene venduto attraverso dei *department stores*, presenti in gran numero nei tre Paesi baltici. Inoltre in tali mercati è quasi assente la figura dell'importatore/ distributore; esistono piuttosto grandi aziende che importano merci per i propri punti vendita ed al contempo rivendono parte della merce importata ad altri dettaglianti ubicati in città dove loro stessi non sono presenti.

Alla luce di quanto sopra si evidenzia come la scelta migliore per veicolare il proprio prodotto su tale mercato sia quella di individuare un importatore medio grande cui fa capo una propria catena di punti vendita. Questo nei tre paesi baltici è l'approccio più frequente ed i maggiori importatori lituani sono presenti con propri punti vendita anche in Lettonia ed Estonia.

Attori sul mercato

In Lituania sono attivi due importatori principali:

APRANGA APB

La Società, facente parte del consorzio MG Baltic, è ormai divenuta l'azienda leader del commercio al dettaglio in Lituania. Nel 2004 l'Apranga Group ha costituito 5 Società operanti in Lituania, Lettonia e Estonia, e oggi è costituito dall'azienda Apranga, APB e da 15 aziende affiliate.

I punti vendita del gruppo Apranga si rivolgono ad una clientela raffinata ed esigente, ed offrono prodotti di qualità. La Società lituana offre alla propria clientela una vasta gamma di prodotti di oltre 30 *brand* europei di livello medio-alto, destinati ai diversi segmenti.

Al gruppo Apranga fanno capo 5 diverse linee commerciali:

- ZARA – con una rete di punti vendita in *franchising* nei Paesi baltici;
- APRANGA – attraverso cui si commercializza *abbigliamento per tutta famiglia*;
- la catena rete di negozi APRANGOS GALERIJA in Lituania (in cui sono offerti tra gli altri i seguenti *brand* „Miss Sixty“, „Mexx“, „Morgan“, „Blend of America“, „Jack & Jones“, „S.Oliver“, „Tom Tailor“, „Naf Naf“, „Broadway“, „Blend She“) nonché i punti vendita in *franchising* Mango e Bershka attraverso cui si commercializza *abbigliamento per giovani*;
- la rete di negozi CITY (in cui sono offerti tra gli altri i seguenti *brand*: „Joop!“, „Strellson“, „Marlboro Clasic“, „Roy Robson“, „Betty Barclay“, „Gerard Darel“, „Mariella Rosati“, „Apriori“, „Marella“, „Bandolera“) ed il negozio in *franchising* Betty Barclay attraverso cui si commercializza *abbigliamento per il segmento medio alto*;
- i negozi monomarca „Emporio Armani“, „GF Ferre“, „Hugo Boss“, „MaxMara“, „La Perla“ nonché i punti vendita „Mados linija“ („D&G“, „D&G Jeans“, „Just Cavalli“, „Exte“, „Versace Jeans Couture“, „Trussardi Jeans“, „Roberta Scarpa“, „Ermenegildo Zegna“) e NUDE (marchi commerciali D&G, GF Ferre, La Perla, Just Cavalli, Versace Jeans Couture, True Religion, Rock&Republic, Dirk Bikkembergs) dedicati ad *abbigliamento di lusso, calzature, accessori*.

All'inizio del 2011 il gruppo Apranga gestiva 115 punti vendita nei Paesi Baltici di cui 74 in Lituania, 31 in Lettonia e 10 in Estonia. Per il 2011 il gruppo Apranga ha programmato l'apertura di ulteriori 5-8 punti vendita .

LEVUO AB

È un altro importatore cui fa capo la rete di distribuzione al dettaglio di abbigliamento IMITZ. Negozi della catena IMITZ operano nei maggiori centri commerciali lituani ed occupano una superficie commerciale da 300 mq a 500 mq.

Alla Levuo fanno capo 4 diverse linee commerciali:

- *Imitz* - catena di negozi di abbigliamento
- *Negozi in franchising* - Gerry Weber, Etam Lingerie, Tally Weijl, Esprit, Celio;
- *Gedimino 22* – casa di moda e stile situata sulla strada principale della capitale e che commercializza i seguenti marchi: MarcCain, Pennyblack, Max&Co (MaxMara fashion Group)
- *Singoli punti vendita* - 1.2.3., Alain Manoukian, Taifun

In Lituania sono presenti con propri punti vendita anche catene internazionali come Zara, Mango e H&M; punti vendita gestiti da aziende locali sulla base di contratti di franchising.

Esistono poi altri importatori a cui fanno capo circa 2/3 punti vendita, ed attraverso i quali sono commercializzati oltre 50 diversi *brand* italiani.

Si segnala infine la presenza diretta di:

BALDININI

Questo marchio italiano è presente con una boutique nel pieno centro storico di Vilnius ed è famoso per essere stato uno dei primi *brand* italiani ad arrivare sul territorio Lituano.

BENETTON

A Vilnius operano anche due punti vendita che commercializzano prodotti Benetton, grazie alla formula del *franchising* (che da sempre caratterizza la distribuzione a livello mondiale dell'azienda veneta), che prevede la fornitura dei punti vendita effettuata direttamente dalla Benetton stessa. Uno di questi negozi è situato sulla strada principale della città e vende i prodotti di Benetton all'interno del proprio punto vendita non monomarca. L'altro punto vendita è invece presente nel maggiore centro commerciale della città e commercializza solo il brand Benetton. Questo negozio è gestito da una ditta di capitale lituano.

TERRANOVA

Questo marchio italiano è venduto nei reparti abbigliamento ed in numerosi negozi specializzati presso i centri commerciali. Nel 2005 è stato aperto il principale punto vendita di questo marchio nel centro commerciale Flagman situato sulla strada principale di Vilnius. Questo negozio occupa il 70% del centro commerciale per una superficie di 7000 mq.

Tessuti

I tessuti in Lituania sono commercializzati principalmente attraverso punti vendita specializzati dove sono venduti solo tessuti o, molto spesso, anche altri articoli per abbigliamento/arredamento (bottoni, fodere, cerniere etc.). Normalmente, questi punti vendita sono di piccole dimensioni e situati nelle strade commerciali delle città lituane oppure in alternativa si tratta di grandi magazzini specializzati dalla superficie medio/grande ed in cui è possibile reperire diversi tipi di tessuti, molto spesso a costi contenuti.

A Vilnius opera anche un centro commerciale specializzato, *Ibrahim*, all'interno del quale sono presenti numerosi punti vendita che commercializzano tessuti (di proprietà di importatori), accessori per sartoria, tessuti per tendaggi ed altri dettagli per l'arredo.

Come è già stato menzionato, molti importatori vendono le merci attraverso i propri punti vendita oppure li rivendono a piccoli distributori/dettaglianti che non sono in grado di acquistare le merci direttamente dai produttori nelle „quantità minime“ da loro richieste.

Per quanto attiene infine alle sartorie ed alle aziende di confezioni di abbigliamento, queste, oltre ad acquistare i tessuti da importatori-grossisti lituani, se ne approvvigionano direttamente dai produttori esteri e locali. Invece i confezionisti lituani che lavorano per conto terzi (numerossimi in Lituania), ricevono tutte le materie prime per la produzione dei capi, inclusi i tessuti, dai committenti esteri.

Calzature

Dall'analisi del mercato lituano delle calzature emerge come lo stesso si sia sviluppato negli ultimi anni, ma non sia ancora diventato un mercato maturo, assimilabile – in particolare per la fascia media dei consumatori - ad altri mercati europei occidentali.

La struttura del settore (produttiva e distributiva) appare piuttosto stabile: esistono un gruppo di produttori locali nonché reti di vendita che si sono sviluppate ultimamente. Tra queste anche alcune reti di negozi di fascia media, che hanno in offerta soprattutto calzature importate dall'Italia, in risposta ad una domanda ancora contenuta, ma che pare destinata a crescere nel medio periodo.

La maggiore parte dei prodotti vengono acquistati direttamente dagli stessi proprietari dei punti vendita che, alcune volte, agiscono anche come distributori (alcuni dettaglianti importano calzature per i propri punti vendita e rivendono parte della merce ad altri piccoli dettaglianti ubicati in città dove loro stessi non sono presenti).

I pochi grossisti rivestono un'importanza strategica per raggiungere l'intero mercato. Questi grossisti sono infatti in grado di garantire una distribuzione capillare sul territorio dove operano numerosi piccoli dettaglianti che non sono in grado autonomamente di effettuare gli ordinativi "minimi" richiesti dai produttori.

Molte calzature importate, dirette ad un target medio/alto vengono vendute nei centri commerciali, presenti numerosi in Lituania o in punti vendita specializzati situati sulle strade principali delle città.

Comunicazione e manifestazioni

a) principali fiere del settore

nome fiera **Baltic Textile and Leather 2011**

luogo Vilnius

periodicità e

prossima edizione Annuale.
13-15 ottobre 2011

descrizione profilo tessuti, vestiario, calzature, materiali grezzi e innovazioni

sito <http://www.baltictextile.eu>

nome fiera **Baby Land 2011**

luogo Vilnius

periodicità e

prossima edizione Annuale.
4-6 novembre 2011

descrizione profilo prodotti per la donna in gravidanza e per la cura dei neonati,
giocattoli, giochi, mobili, vestiti e scarpe per bambini

sito www.litexpo.lt

b) media

titolo testata **L'Officiel Mada**
Periodicità 10 volte all'anno
tiratura 13000 copie
target Professionisti del settore moda
tematica Tendenze della moda adattate al gusto e realtà lituane
sito www.lofficiel.lt/express-mada

titolo testata **Cosmopolitan**
Periodicità mensile
tiratura 30 000 copie
target Donna giovane
tematica Edizione lituana del mensile americano
sito www.cosmopolitan.lt

titolo testata **Edita**
Periodicità mensile
tiratura 38 000 copie
target Donna moderna
tematica Bellezza, moda, stile, salute, casa
sito www.redakcija.lt

titolo testata **Laima**
Periodicità mensile
tiratura 20 000 copie
target Donna moderna
tematica Moda, stile di vita, salute e bellezza
sito www.redakcija.lt