



Embajada de la
República Argentina
República Italiana

Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto

Informe

Sector del calzado

2021



Roma, Italia – Noviembre 2021

1.- CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO

Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos.

- Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o plástico
- Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural.
- Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil.
- Otros calzados.

2.- NORMAS Y REQUISITOS DE IMPORTACION

Posición arancelaria	Arancel	Posición arancelaria	Arancel
6401.10	17,00%	6403.51.91	8,00%
6401.92.10	17,00%	6403.51.95	8,00%
6401.92.90	17,00%	6403.51.99	8,00%
6401.99.00.10	17,00%	6403.59.05.10	8,00%
6401.99.00.90	17,00%	6403.59.05.90	8,00%
6402.12.10	17,00%	6403.59.31	8,00%
6402.12.90	17,00%	6403.59.35	8,00%
6402.19	16,90%	6403.59.39	8,00%
6402.20	17,00%	6403.59.50	8,00%
6402.91.10	17,00%	6403.59.91	8,00%
6402.91.90	16,90%	6403.59.95	8,00%
6402.99.05	17,00%	6403.59.99	8,00%
6402.99.10	16,80%	6403.91.05.10	8,00%
6402.99.31	16,80%	6403.91.05.90	8,00%
6402.99.39	16,80%	6403.91.11	8,00%
6402.99.50	16,80%	6404.11	16,90%
6402.99.91	16,80%	6404.19.10	16,90%
6402.99.93	16,80%	6404.20.10	17,00%
6403.12	8,00%	6404.20.90	17,00%
6403.19	8,00%	6405.10	3,50%
6403.20	8,00%	6405.20.10	3,50%
6403.40	8,00%	6405.20.91	4,00%
6403.51.05.10	8,00%	6405.20.99	4,00%
6403.51.05.90	8,00%	6405.90.10	17,00%
6403.51.11	8,00%	6405.90.90	4,00%
6403.51.19	8,00%		

Impuesto al Valor Agregado (IVA): 22%

3. - COMERCIO EXTERIOR

Principales países de origen y destino del comercio exterior. Últimos tres años disponibles. Valores en Euros.

6401.- Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o plástico.....						
	Importaciones			Exportaciones		
	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Bosnia y Herzegovina	16.552.404	14.267.404	12.070.248	1.019.244	1.056.689	685.444
Francia	8.540.542	8.346.069	9.066.676	17.253.767	17.549.509	17.518.750
España	6.888.160	6.093.089	6.913.645	2.214.353	2.631.319	2.695.207
Reino Unido	6.406.111	8.940.628	4.158.099	7.201.442	6.752.669	6.240.657
Bélgica	2.723.343	3.983.640	3.373.142	2.756.133	1.521.938	1.436.371
Alemania	2.653.855	2.128.020	3.009.156	27.680.542	19.624.955	17.067.337
Bulgaria	2.922.712	3.486.645	2.916.382	1.962.716	1.862.133	1.311.693
China	3.307.236	3.206.309	2.714.216	2.451.590	4.521.965	2.701.888
Países Bajos	2.242.929	4.867.399	2.635.792	4.727.061	2.526.127	2.055.283
Eslovenia	410.388	781.767	1.122.628	626.581	687.144	591.793
TOTAL	60.243.721	63.788.617	54.376.641	115.130.234	102.883.991	97.162.363

6402.- Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o plástico.						
	Importaciones			Exportaciones		
	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2018	Año 2019	Año 2020
China	286.674.102	311.098.653	283.300.631	9.085.306	11.528.173	9.586.045
Alemania	68.201.080	76.755.653	74.618.899	116.021.445	123.587.615	124.649.526
Bélgica	65.974.219	83.573.846	69.330.984	53.510.269	40.779.492	42.859.142
Francia	68.901.186	73.098.365	55.664.501	183.767.978	225.004.652	195.601.976
Países Bajos	74.086.934	99.430.647	53.329.765	24.055.925	31.826.533	28.468.974
España	45.963.481	60.840.433	49.886.632	46.823.392	51.297.500	53.743.994
Hungría	47.535.308	50.825.793	39.394.889	3.642.519	4.475.876	5.153.530
Bosnia y Herzegovina	37.089.351	42.436.338	35.787.134	510.060	540.885	576.809
Rumania	19.285.544	47.407.894	33.899.358	9.382.264	11.727.278	12.172.300
Vietnam	40.000.123	39.462.945	29.888.800	128.983	135.739	191.174
TOTAL	946.433.002	1.073.676.191	912.996.456	951.675.226	1.085.718.679	1.059.029.363

6403.- Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural.						
	Importaciones			Exportaciones		
	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Francia	267.556.959	248.551.102	228.628.789	981.321.833	1.041.496.137	824.746.075
Rumania	330.846.986	268.535.775	194.022.986	44.010.642	43.538.803	36.567.475
China	185.746.352	207.957.116	180.154.546	218.341.521	221.317.937	216.268.290
P. Bajos	150.381.331	186.904.492	161.370.530	178.189.039	167.953.965	158.218.531
Alemania	175.078.255	155.643.490	153.590.151	705.705.493	704.683.526	588.856.923
Bélgica	142.402.431	166.202.543	147.440.402	150.608.990	140.487.731	111.963.029
Albania	182.897.006	172.574.358	132.512.464	2.775.937	2.510.750	2.077.122
España	118.350.701	116.614.731	112.745.995	208.803.156	218.291.216	166.159.851
Suiza	84.600.030	99.846.544	110.246.840	1.076.510.836	1.337.760.791	1.151.471.435
Vietnam	116.897.138	130.993.315	102.944.431	4.148.376	2.290.176	1.670.967
TOTAL	2.620.417.637	2.612.019.143	2.181.970.422	6.900.683.187	7.212.705.664	5.775.171.068

6404.- Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil.						
	Importaciones			Exportaciones		
	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2018	Año 2019	Año 2020
China	243.796.656	266.546.693	223.890.946	55.181.280	69.396.494	75.980.462
Bélgica	226.627.727	213.106.616	166.061.138	16.794.532	19.253.158	18.718.269
Francia	312.099.742	163.464.063	163.847.142	267.806.103	308.617.424	265.720.221
Alemania	133.816.685	129.070.322	128.709.812	153.625.015	161.153.146	156.114.788
Vietnam	116.046.624	113.158.575	103.848.059	541.407	812.037	525.540
P. Bajos	106.863.739	95.709.294	76.114.280	32.468.201	34.106.473	34.796.424
España	48.789.588	89.447.237	70.679.358	74.038.680	81.417.671	76.902.840
Suiza	22.375.999	33.169.133	43.418.270	219.141.360	285.715.068	346.980.817
Rumania	51.065.897	45.261.952	30.118.065	12.601.567	15.829.992	14.134.752
Indonesia	29.861.274	28.521.283	27.643.747	263.483	400.498	184.086
Argentina*	4.459	5.371	1.078	889.474	995.304	69.415
TOTAL	1.442.933.833	1.379.500.430	1.205.866.767	1.454.773.088	1.774.565.615	1.670.899.347

(*)Argentina ocupa el puesto 87º.

6405.- Los demás calzados.						
	Importaciones			Exportaciones		
	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2018	Año 2019	Año 2020
China	29.180.128	27.313.966	17.400.084	3.624.893	6.032.421	3.556.118
España	6.730.953	6.705.957	10.741.290	8.493.612	8.732.507	6.336.767
Francia	26.347.333	13.013.035	9.035.525	24.725.667	29.674.884	32.949.541
Rumania	12.014.844	15.298.002	7.296.132	1.783.620	2.188.289	2.079.923
Albania	104.588	2.369.712	6.283.421	75.995	31.397	32.065
Países Bajos	2.422.289	2.600.611	5.426.803	8.430.396	8.430.463	15.913.642
Alemania	2.122.132	3.105.976	4.550.196	21.903.338	23.399.503	18.826.772
Polonia	6.405.035	6.569.976	3.571.015	3.239.837	4.714.620	2.120.727
Bélgica	649.261	2.166.617	3.275.320	4.018.860	3.792.678	5.462.021
Portugal	1.615.330	3.535.272	3.194.997	1.157.242	1.147.576	778.850
TOTAL	109.882.706	94.585.122	83.568.322	228.044.100	230.960.107	196.241.704

4. - POTENCIALES IMPORTADORES

ESTRO SPA

C.da Andolina SS. 122
92024 Canicattí (AG)
Tel./Fax.: 0922 831666
Email: info@estrospa.com
Web: www.estrospa.com

ALFIERE SpA

Via Tangenziale, 14
62010 Montecosaro (MC)
Tel. 0733 865875 – Fax. 0733 865674
Email: info@alfiere.com

SCARPAMONDO (Palomar Srl)

Via I. Garbini, 75 – 01100 Viterbo
Tel.: 0761 27861 - Fax.: 0761 251293
Email: pietrini@pietrini.it – info@scarpamondo.it
Web.: www.scarpamondo.it

INGROSSO CALZATURE E SCARPE DA CHIARA

Via Fermi, 19/a - 37135 Verona
Tel: 045 508228
Email: calzaturedachiara@libero.it
Web.: <http://www.dachiaraingrossocalzature.com/>

INGROSSO CALZATURE MATTEI IVO Srl

Via Colombi Guidotti, 3/a - 43126 Parma
Tel: 0521 980930 - Fax: 0521 981317
Email: info@calzaturemattei.com
Web.: <http://www.calzatureparma.com/>

G.S. INGROSSO CALZATURE

Via Battisti, 33 - 16043 Chiavari - Genova
Tel: 0185 370132 - Fax: 0185 370133
Email: info@grupposchiavetta.it
Web.: <http://www.grupposchiavetta.it/>

PIPINATO CALZATURE SpA

Via F.S.Orologio, 3
35129, PADOVA
Tel.: 049 775233 - Fax.: 049 8074564
Email: padova@pipinato.com
Web.: www.pipinato.com

BRESSA SCARPE Srl

Via Torino, 118 - 10036 Settimo Torinese - Torino
Tel: 011 8960008 - Fax: 011 8211142
Email: info@bressacalzature.com
Web.: www.bressacalzature.com

ZETA SPORT Sas

Via Agresti, 12/16 – Zona Stazione Centrale -

CALZATURE BURINI Srl

Via Marconi, 58 - 24035 Curno - Bergamo

80142 Napoli
Tel: 081 19568407 - Fax: 081 19568482
Email: zetasport@fastwebnet.it
Web.: <http://www.zetasport.org/>
Mayorista

Tel: 035 611305 - Fax: 035 4155263
Email: ro.burini@alice.it
Mayorista

La.Ma Diffusione Calzature

Via I° Maggio, 22 - 10071 Borgaro Torinese -
Torino
Tel.: 011 4501112 - Fax.: 011 4503638
Email: vendite@chocola.it (Sr Ilario Larosa)
Web.: www.chocola.it

5.- ASOCIACIONES SECTORIALES

FEDERAZIONE NAZIONALE COMMERCianti IN CALZATURE (CONFCOMMERCIO)

Largo Barriera, 5 - 6 34129 - TRIESTE
Tel. 040.775401 - Fax 040.771776
E-mail: federalcalzature@confcommercio.it
Website: www.federalcalzature.it

CONFARTIGIANATO - CALZATURIERI

Via San Giovanni in Laterano, 152 00184 Roma
Telefono: 0670374213-417 - Fax: 0677202872
Website: www.confartigianato.it/calzaturieri
Email: calzaturieri@confartigianato.it

ANCI - Associazione Nazionale Calzaturifici Italiani

Via Monte Rosa, 21 - 20149 Milano (MI)
Telefono: 02438291 - Fax: 0248005833
E-mail: info@ancionline.com
Web: <http://www.ancionline.com>

6.- FERIAS Y EXPOSICIONES

MICAM – SHOEVENT : Mostra Internazionale della Calzatura

Sede: Milano - Fecha: 20/22 de febrero del 2022
Periodicidad: Semestral
Organiza: ANCI SERVIZI Srl
Via Monte Rosa, 21 – 20149 Milano
Tel.: 02 438291 Fax.: 02 43829233
E-mail: info@themicam.com
Web: <http://www.themicam.com/>

7.- CARACTERISTICAS DEL MERCADO

7.1 Producción, calidad y consumo

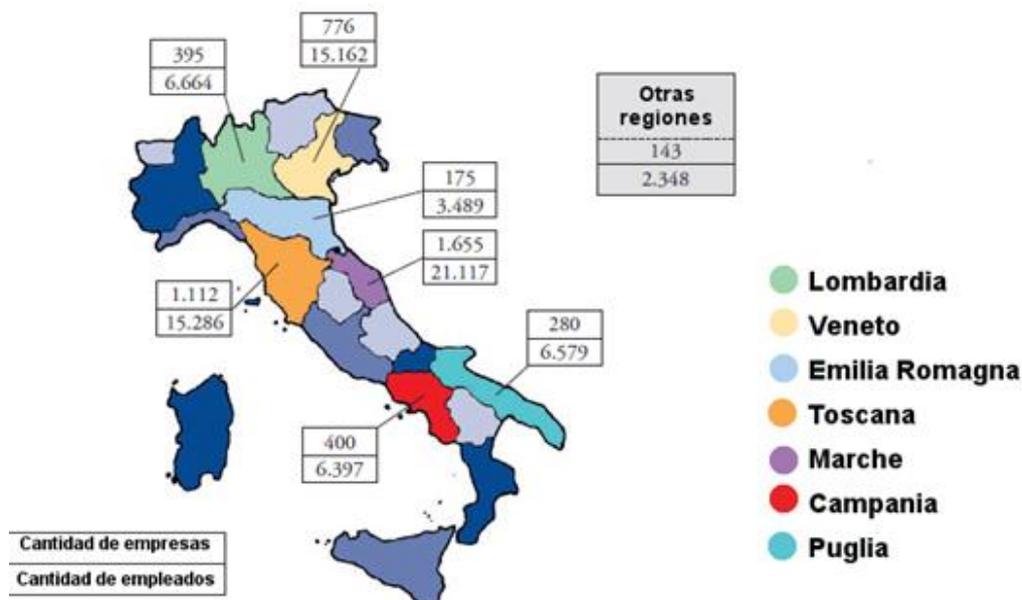
La industria italiana del calzado – Lineamientos principales				
Descripción	Unidad de medida	Año 2019	Año 2020	Var. %
Cantidad Empresas		4.326	4.152	-4,09
Cantidad Empleados		74.890	71.882	-4,0
Producción	Pares (millones)	179,1	130,7	-27,0
	Valor (millones de €)	7.992,26	6.081,02	-23,9
Producción p/mercado interno	Pares (millones)	26,3	18,7	-28,9
	Valor (millones de €)	1.070,14	767,26	-28,3
Consumo interno	Pares (millones)	189,0	142,7	-24,5
	Valor (millones de €)	3.575,50	2.538,79	-29,0

Italia, el mayor productor de calzado en la Unión Europea, ocupa el octavo lugar entre los países productores de calzado en el mundo en número de pares y el tercero entre los países exportadores. Es desde siempre líder indiscutible entre los fabricantes de calzado de primera calidad y de lujo, con alto contenido de alta moda.

El éxito de la industria del calzado en Italia está vinculado a la iniciativa y dinámica empresarial, y a la estructura del sector, es decir, una cadena de provisión integrada que alcanza todas las etapas de producción, puesto que está compuesta de un sistema de proveedores de materias primas, curtiduría, componentes, accesorios, fabricantes de maquinaria, modeladores y diseñadores. Además, existe una concentración territorial de las empresas en áreas organizadas en distritos, en su mayoría ubicados en siete regiones: Marche, Toscana, Véneto, Lombardía, Campania, Puglia y Emilia-Romaña. Esto, sumado a la alta calidad del producto y la importante capacidad de innovación, le ha permitido a la industria del calzado italiano ganar competitividad internacional y, así, ocupar las primeras posiciones en el mercado global.

En virtud de la pandemia, en 2020 el sector perdió cerca de 1/4 de su facturado total (10.720 millones de euros, -25,2% con respecto a 2019) y de la producción nacional. Se registraron fuertes reducciones tanto en el intercambio comercial como en el consumo interno. Al colapso de los niveles de actividad en la primera parte del año, provocado por el *lockdown*, le siguió en los dos trimestres siguientes solo una pequeña atenuación de la caída, más que un verdadero repunte. En la segunda parte del año, al intensificarse nuevamente de la pandemia, se interrumpieron los primeros tímidos signos de recuperación. Si bien en septiembre de 2020 las ventas al exterior y el consumo interno habían igualado los volúmenes del mismo mes de 2019, en el último trimestre del año las exportaciones y el consumo (con las ventas navideñas comprometidas por las medidas restrictivas) fueron en gran medida insatisfactorios.

PRINCIPALES REGIONES PRODUCTORAS DE CALZADO



7.2 Canales de distribución

La estructura de los canales de distribución de calzado en Italia resulta compleja, debido al gran número de agentes que operan en la producción y en el comercio mayorista/minorista, con roles que en muchos casos se superponen.

El mismo productor puede distribuir sus productos directamente a través de sus propias tiendas o a través de tiendas independientes, grandes tiendas, catálogos de venta por correo o por Internet. Es decir, la fórmula multicanal es la más utilizada.

Los perfiles típicos de los intermediarios se pueden resumir en:

Importadores

El rol de los importadores ha tomado en la última década cada vez más importancia en el mercado europeo, debido a la penetración de las importaciones procedentes de los países con un costo laboral muy bajo. La mayoría de los importadores distribuye a través de mayoristas o directamente (que en este caso también actuaría como mayorista) a distintos canales de venta al por menor (tiendas independientes, grandes tiendas, empresas de venta por correo, etc.) En otros casos, las grandes tiendas y las grandes cadenas evitan el canal de los importadores abasteciéndose directamente de los productores extranjeros.

Los productores y productores/importadores

Los productores (y productores /importadores) extienden cada vez más su presencia directa en el sistema de distribución. La gran mayoría de ellos, de hecho, tiene un canal directo con los minoristas, lo que elimina la intermediación al por mayor, y una proporción creciente de casos tiene sus propias redes de venta al por menor. Un número creciente de marcas de fabricantes de ropa integra la oferta dentro de sus redes de distribución con líneas de zapatos que llevan la misma marca.

Importadores/minoristas

Las mayores redes de venta al por menor son cadenas, con no menos de 20 puntos de venta, grandes tiendas, organizaciones de venta por correo. Por lo general mantienen estructura propia en los mercados de importación a bajo costo.

Grupos de compra

En el mercado europeo del calzado el rol jugado por los grupos de compra es muy importante. Un grupo de compras es una organización que actúa de manera unificada mediante la centralización de las compras de una gran variedad de minoristas y/o mayoristas que cooperan o se unen para tomar ventaja de un mayor poder de negociación con los proveedores.

Generalmente cada componente del grupo de compra se apoya a la estructura a la cual pertenece para abastecerse de una parte -entre el 50% y el 90% de sus necesidades-. Si bien los beneficios de esta participación son significativos, la desventaja es que el comprador encuentra reducida su autonomía de selección en la gama por tener que compartir con otros el mismo catálogo de productos y los mismos precios. Por esta misma razón, los comerciantes mantienen una cuota de abastecimiento fuera del grupo, y sobre esta parte residual desarrollan sus propias políticas de diferenciación.

Agentes

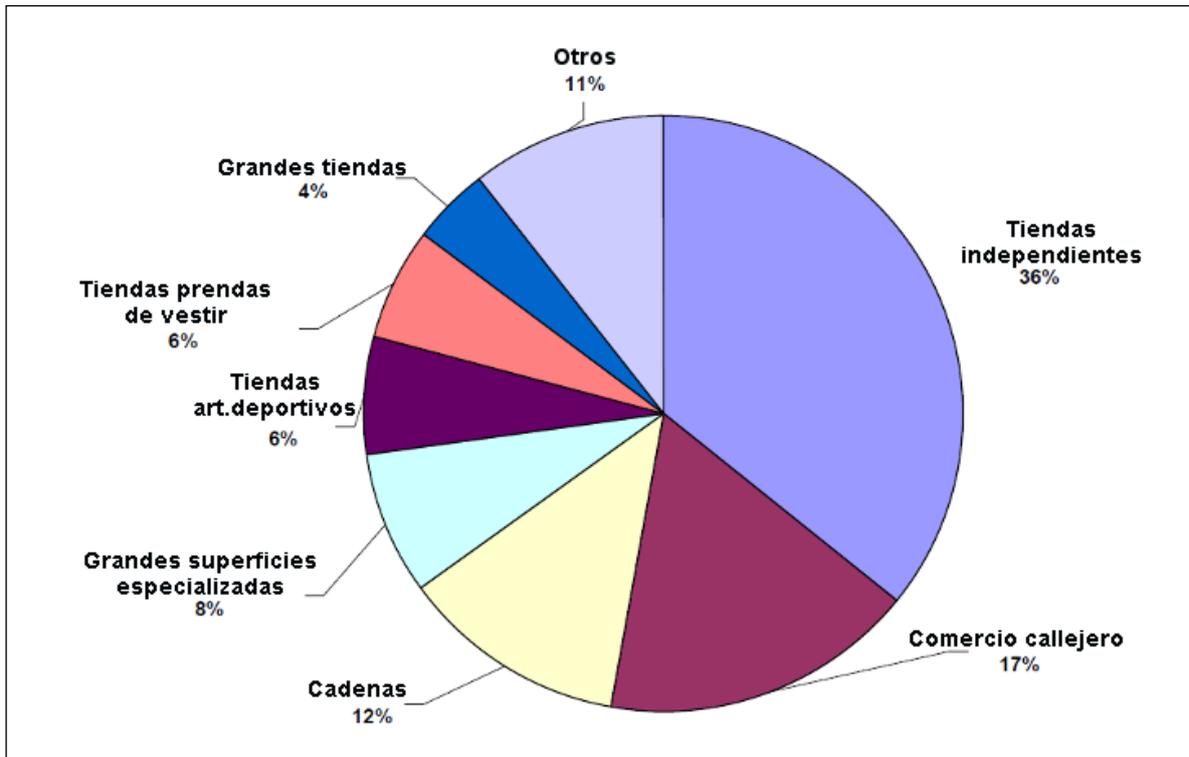
Los agentes (o representantes) son intermediarios independientes entre los productores y la distribución al por menor. Son pagados por los fabricantes con un porcentaje de comisión sobre las ventas. El nivel de la comisión es variable en relación a las características del producto (marca), al soporte promocional que ofrece la empresa productora y al volumen de ventas. El valor del servicio de los agentes, se puede estimar entre un mínimo de un 10% a aproximadamente el 15% sobre las ventas. Los agentes suelen operar en un área geográfica limitada (una región o un área multi-regional), puede representar una sola empresa o marca (mono-mandatario) o más empresas/marcas (plurimandatario); en este último caso, por lo general las marcas representadas son productos complementarios o no en competencia directa entre ellas.

Los buyers

Es una forma más desarrollada que la de los agentes. Opera a nivel internacional, por ejemplo colocándose en el país de procedencia de la importación en una escala mayor en comparación con la del representante (agente). Su retribución tiene siempre la forma del porcentaje sobre el valor de los bienes intermediados.

A continuación se destacan los principales grupos de distribución del país con su respectiva cantidad de puntos de venta: Gruppo Compar-Bata (229); Kammi (150) Scarpe&Scarpe (90); Gruppo Cinti (>50); Pittarello-Città della calzatura in Italia (46).

Estructura de la distribución del calzado en Italia (% sobre cantidad de pares)



7.3 Etiquetado

El etiquetado del calzado y de sus componentes contribuye a responsabilizar a los consumidores, proteger a la industria y reforzar el buen funcionamiento del mercado interno.

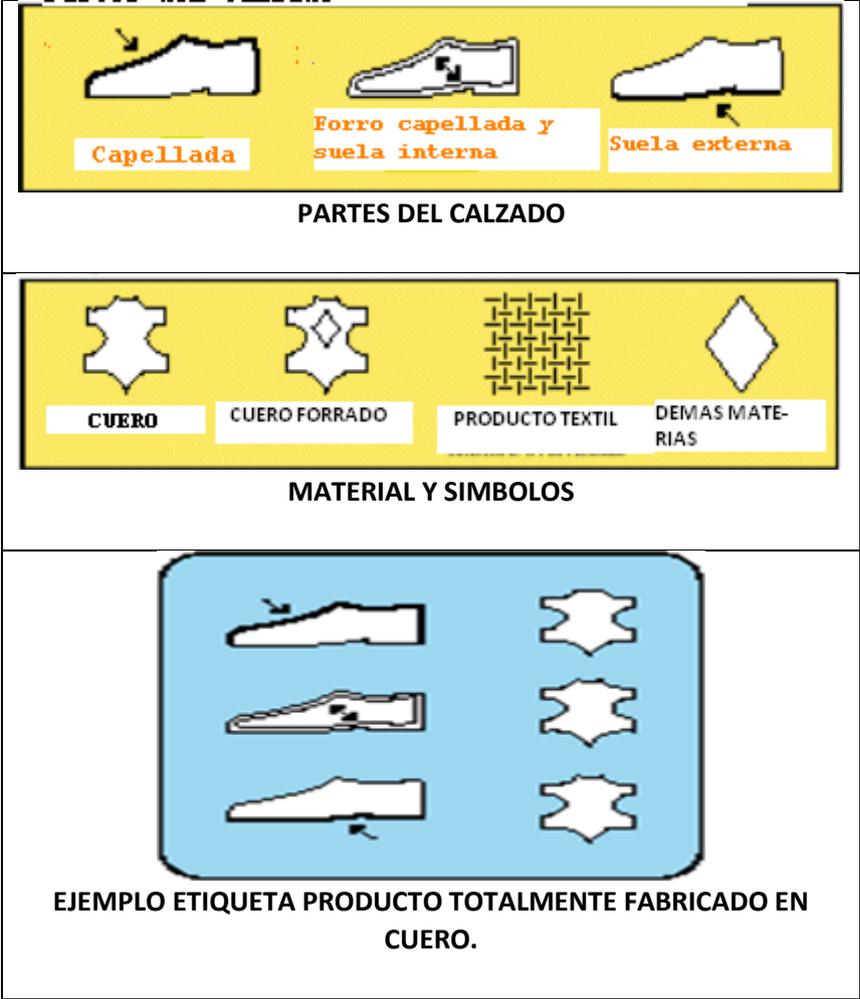
Las medidas relativas al etiquetado se aplican a los materiales utilizados en el calzado, incluidas las partes comercializadas por separado.

Se trata de la Directiva 94/11/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de marzo de 1994, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en relación con el etiquetado de los materiales utilizados en los componentes principales del calzado destinado a la venta al consumidor. También rige la Directiva 2002/61/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de julio de 2002, por la que se modifica la Directiva 76/769/CEE del Consejo, que limita la comercialización y el uso de determinadas sustancias y preparados peligrosos (colorantes azoicos).

Al menos una de las piezas de calzado de cada par debe contener información sobre el empeine, el forro, la plantilla y la suela del artículo de calzado. La etiqueta debe proporcionar mediante pictogramas homologados o indicaciones textuales, que se definen y representan en el anexo de la Directiva, información sobre el material que constituya al menos el 80% de la superficie del empeine, el forro del artículo de calzado y al menos el 80% del volumen de la suela. En cambio, si ningún material constituye por lo menos el 80%, debe proporcionarse información sobre los dos materiales principales que entran en la composición del artículo.

Dada la finalidad informativa de las medidas citadas anteriormente, es imprescindible que la etiqueta

sea legible, duradera y accesible. Asimismo, se exige que sea responsable de la exactitud de la información contenida en la misma. El nivel de información fijado por la normativa europea es obligatorio, pero nada impide que en la etiqueta figure información complementaria.



A pesar de las dificultades que enfrentó el sector en 2019 y 2020, la recuperación general de la economía italiana en 2021 y la tendencia positiva para 2022 hacen pensar que existen posibilidades para los productores de la Argentina de incrementar las muy bajas ventas actuales. Asimismo, pueden idearse también formas de trabajo asociativo o complementario que permitan intercambiar ampliar la participación el este mercado.