

Polska



Analiza francuskiego sektora mody

2017-07-07 10:33:28



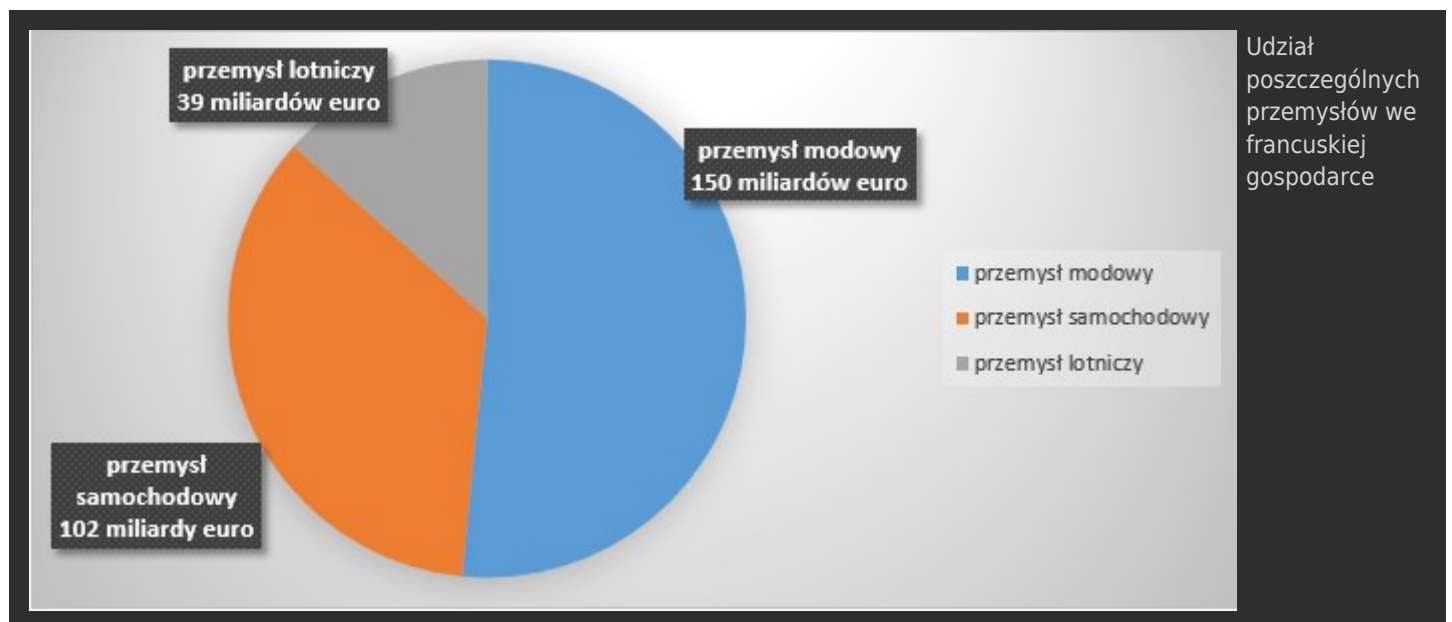
WPHI w Paryżu zachęca do zapoznania się z analizą francuskiego sektora mody. Jest to sektor niezwykle istotny dla francuskiej gospodarki, ocenia się, że jest on bardziej dochodowy niż np. lotniczy czy też samochodowy. Jest to sektor stanowiący istotny element prestiżu i wizerunku kraju, co znajduje swoje potwierdzenie w badaniach wskazujących, że za granicą więcej osób kojarzy Francję z marką Chanel niż np. z Airbusem.

Na sektor mody składają się takie branże jak: ubrania, tekstylia, akcesoria (biżuteria, zegarki, paski, torebki, itp.), obuwie, kosmetyki, perfumy, fryzura czy nawet modyfikacja ciała, tj. wszystkie niemedyce praktyki prowadzące do zdobienia ludzkiego ciała.

We Francji artykuły modowe są dystrybuowane duże sieci handlowe (firmy produkujące odzież masowo np. Kiabi, La Halle), jak również przez luksusowe butikie znanych projektantów (tj. Chanel, YSL). Artykuły produkowane na skalę masową naśladują modę panującą w danym sezonie i często przypominają ubrania znanych marek, jednakże jedne od drugich różni m.in. jakość materiałów oraz sposób wykonania. Francuzi uwielbiają modę i średnio 4 razy w roku udają się na zakupy artykułów z tego sektora.

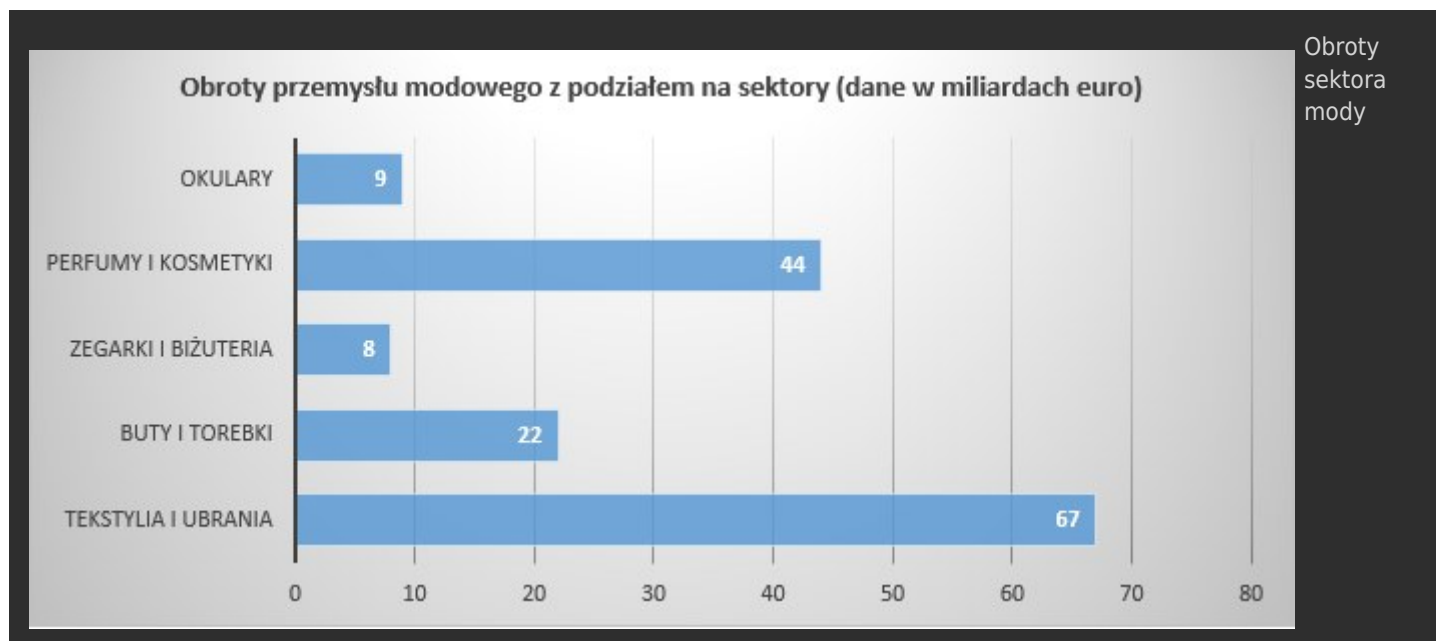
Obroty przemysłu modowego

Sektor mody jest bardzo ważnym elementem francuskiej gospodarki, jego wartość szacuje się na 150 miliardów euro. Wśród 270 największych światowych firm na rynku mody 130 to marki francuskie. Rynek mody we Francji jest bardziej dochodowy niż np. lotniczy czy też samochodowy. Ocenia się, że przemysł mody wypracowuje 1,7% francuskiego PKB.

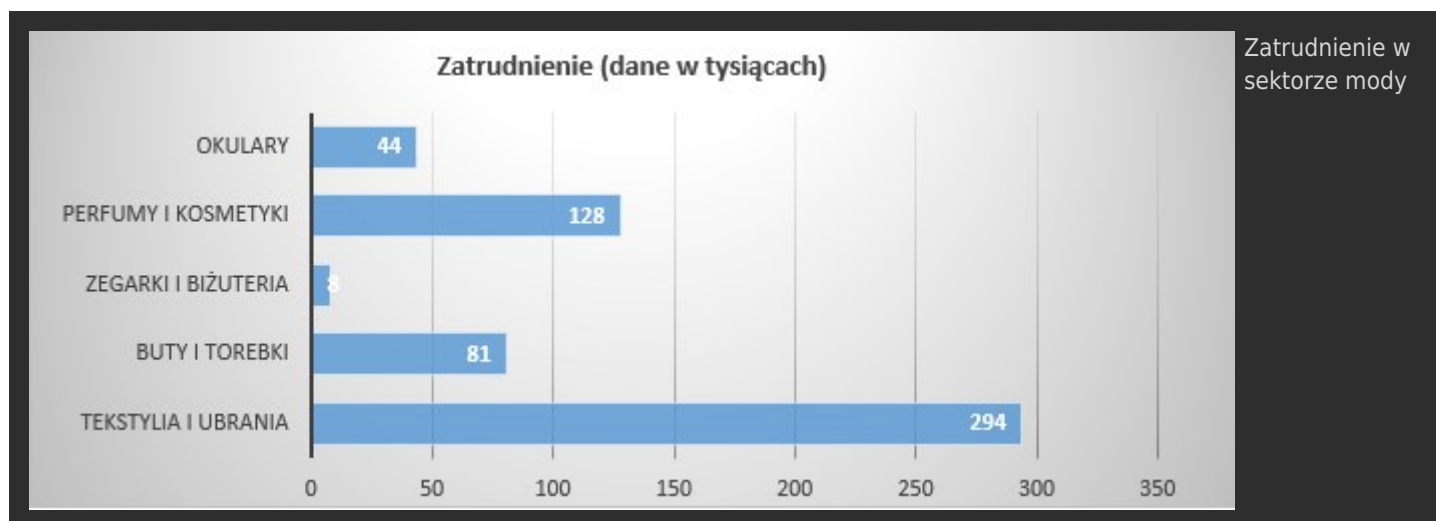


(źródło: IFM)

Tekstylia i ubrania są jednym z najważniejszych branż w przemyśle modowym, to one generują największe obroty i zatrudniają największą liczbę osób spośród wszystkich sektorów.



(źródło: IFM)



(źródło: IFM)

Sektor okularów

We Francji ceny okularów należą do jednych z najwyższych w Europie. Francuski sektor okularów skupia się głównie w dwóch departamentach Jura i Ain. Sektor ten osiągając w 2015 roku obroty równe 9 miliardów euro zanotował niewielki wzrost w stosunku do roku 2014. W 2015 roku sprzedanych zostało 13 milionów par okularów korekcyjnych oraz 5,3 milionów par okularów przeciwsłonecznych. We Francji istnieje 12 460 sklepów sprzedających okulary. Każdy punkt notuje rocznie obroty równe średnio 525 000 euro i sprzedaje dziennie średnio 2,7 par okularów.

Każdy sklep optyczny pobiera średnio 275 euro marży za parę okularów (wg UFC jest to 3,3 razy drożej niż ich

pierwotna cena). Średnia cena oprawek u producenta wynosi 55 euro, szkieł 57 euro, hurtownik sprzedaje je o 6 euro drożej, następnie sklep optyczny nalicza swoją marżę równą ok. 275 euro, do czego dochodzi podatek VAT równy w tym przypadku 77 euro, co łącznie daje sumę równą 470 euro za parę okularów zakupionych u optyka.

Sektor perfum i kosmetyków

Francuski sektor perfum i kosmetyków jest największym tego typu sektorem na świecie. W jego skład wchodzi takie firmy jak l'Oréal, LVMH czy Chanel, jednakże nie tylko, gdyż 80% tego sektora stanowią małe i średnie firmy. Skupiają się one głównie w regionie paryskim oraz w regionie Centre (Cosmetic Valley - 18% wszystkich firm oraz 53% obrotów tego sektora). Sektor ten rozwija się bardzo prędko dzięki inwestycjom w badania i innowacje.

Francja jest od wielu lat największym eksporterem kosmetyków na świecie gł. produktów do pielęgnacji - 42,3%, perfum- 33,8%, szamponów oraz innych produktów przeznaczonych do włosów - 6,6%, artykułów do makijażu - 6,5%. Źródłem napędzającym ten sektor jest niewątpliwie eksport, który wyniósł w 2015 roku równowartość 11,8 miliardów euro (spośród tych produktów 48,2% trafiło do Europy, 16,9% do Azji). Zanotowano również wzrost w eksporcie kosmetyków do Afryki o 3% w stosunku do roku 2014, oraz do Zjednoczonych Emiratów Arabskich (+14%), Arabii Saudyjskiej (+11%) i Ameryki Łacińskiej (+3,7%). W 2015 roku odnotowany został wzrost w eksporcie artykułów do makijażu (o 17% - produkty do ust, o 10% - do oczu, o 12% - pudry).

Sektor zegarków i biżuterii

Sektor zegarków w 2015 roku odnotował obroty równe 2 miliardom euro. Jego produkcja spadła o 3% w stosunku do roku poprzedniego, głównie jeśli chodzi o biżuterię. Produkcja zegarków (gł. luksusowych) zaczyna rosnąć, czym rekompensuje spadki w produkcji biżuterii. Wartość eksportu tego sektora szacuje się na 7,4 miliardów euro. Głównymi odbiorcami są Włochy, Wielka Brytania i Niemcy.

Francja jest również importerem zegarków. Pod względem wartości importowanych zegarków głównym partnerem jest Szwajcaria, niemniej jeśli chodzi o ich liczbę, to najważniejszym eksporterem są Chiny.

Sprzedaż biżuterii i zegarków wzrosła łącznie w 2015 roku o 3%, w stosunku do roku 2014. W tym samym roku sprzedaż zegarków zanotowała wzrost o 7%, biżuterii srebrnej o 5%, sprzedaż złotej biżuterii (próbny 750) pozostaje niezmienna, natomiast tej o próbie 375 zmniejszyła się o 5%. Mimo to biżuteria złota i srebrna stanowią ponad połowę (51,6%) wartości sektora, wyprzedzając zegarki (33,1%) i inne rodzaje biżuterii (9,3%).

Pierścionki są najlepiej sprzedającym się typem biżuterii, stanowią one 46% sprzedaży złotej biżuterii (ok. 2 miliony sprzedanych sztuk, co stanowi dwa razy więcej niż bransoletki).

Sektor butów i galanterii skórzanej (gł. torebek, portfeli, pasków)

Francuzi uwielbiają buty, w ich ojczyźnie każdego dnia sprzedaje się ich około 1 miliona par, dlatego też francuski rynek obuwiczny zajmuje pierwsze miejsce w Europie. Wbrew pozorom to nie kobiety są ich największymi konsumentkami, tylko dzieci - średnio 7,5 par butów rocznie, porównując - kobiety 6 par i mężczyźni 3,5 pary butów. We Francji istnieje ok. 99 firm produkujących obuwie, które w 2015 roku wyprodukowały 23,1 milionów par obuwia. Sam sektor butów w 2015 roku odnotował obroty równe 884 miliony euro. Wartość eksportu obuwia (gł. do Niemiec, Włoch, Hiszpanii, Wielkiej Brytanii, Belgii, Stanów Zjednoczonych i Hong Kongu) wyniosła w tym samym roku 2,77 miliardów euro. Francja importowała natomiast obuwie o wartości 6,21 milionów euro głównie z Chin, Włoch, Wietnamu, Portugalii, Indonezji i Hiszpanii. Jest ona trzecim

na świecie importerem butów zaraz za USA i Niemcami.

Francuski sektor galanterii skórzanej dzieli się na dwie części, jedna to sprzedawcy, którzy skupiają się na produktach średniej oraz wysokiej gamy. Ich sklepy, sprzedające wiele marek obuwia, stanowią większość punktów sprzedaży i tym samym osiągają ponad połowę obrotów sektora. Druga część to ekskluzywni dystrybutorzy, jak Louis Vuitton, Hermès czy Chanel, którzy skupiają się na produkcji artykułów wysokiej gamy. Tego typu artykuły są dostępne jedynie w markowych punktach sprzedaży albo w ekskluzywnych galeriach handlowych typu Printemps, czy Les Galeries Lafayette. ¼ firm produkujących galanterię skózaną jest zlokalizowana w regionie Ile-de-France i realizuje ponad ½ obrotów tego sektora. Reszta firm prowadzi swoją działalność głównie w takich regionach jak: Auvergne-Rhône-Alpes, Pays de la Loire, Centre. Francja jest pierwszym na świecie producentem skóry pochodzenia cielęcego oraz skóry egzotycznej, a drugim światowym eksporterem wysokiej gamy galanterii.

Tekstylia - najważniejszy sektor w przemyśle modowym we Francji

W ostatnich latach zauważalny jest ciągły spadek w sprzedaży tekstyliów i ubrań, jednakże mimo to stale odgrywają one bardzo ważną rolę w przemyśle modowym. W 2015 roku powstało 636 firm produkujących tekstylnia, natomiast upadły 72. W tym samym roku powstało też 1 756 firm produkujących ubrania, natomiast upadło 182 (wg Ellisphere). 24% pracowników tekstyliów skupia się w regionie Auvergne-Rhône-Alpes (źródło Opcalia). W 2015 roku istniały we Francji 564 firmy zajmujące się tekstyliami, z których, 548 liczących więcej niż 20 pracowników. Firmy te zatrudniają łącznie ponad 57 000 pracowników, w głównej mierze robotników (43%) (wg Opcalia). Obroty tego sektora wynoszą 13 miliardów euro, z czego 8,5 miliarda stanowi eksport (Włochy niecały miliard euro, na drugiej pozycji plasują się Niemcy, a na trzeciej Hiszpania) natomiast import - 16 miliardów euro (w tym m.in. ponad 4 mld euro z Chin, niecałe 1,5 mld euro z Włoch, ponad miliard euro z Bangladeszu, niecały milion euro z Turcji). Głównymi produktami eksportowymi sektora tekstyliów w 2015 roku były dzianiny i bielizna (wg IFM/UIT ponad 4 mln euro). Marki, które zaopatrują się w Azji, gdzie dokonują płatności w dolarach, zauważyły w 2015 roku wzrost cen produktów sprowadzonych z Chin o 19%, natomiast z Bangladeszu o 14% spowodowany spadkiem wartości euro w stosunku do dolara. Popyt na tekstylnia oraz ubrania notuje z każdym rokiem niewielkie spadki (2011 r. - 31,8 mld euro; 2013 r. - 30,9 mld euro; 2015 r. - 30,5 mld euro).



(źródło: IFM)

Rynek francuskich marek luksusowych zajmujących się modą w liczbach

39,6 miliardów to obroty sektora produktów luksusowych.

25% światowych obrotów z rynków produktów luksusowych jest generowana przez francuskie firmy

11 z 75 światowych firm sprzedających produkty luksusowe, to firmy francuskie, z czego 3 znajdują się w pierwszej siódemce.

75% francuskich firm produkujących produkty luksusowe ma swoją siedzibę w regionie Île-de-France - największej francuskiej aglomeracji.

165 000 – liczba osób zatrudnionych w sektorze produktów luksusowych.



Luis Vuitton Moët Hennessy generuje zyski równe 36 miliardów euro, następny jest Kering 11,5 miliardów euro, dalej Chanel 7,5 miliardów euro, Hermès 5 miliardów euro i Dior 2 miliardy euro Przemysł modowy i produktów luksusowych stanowią razem 43% obrotów całego francuskiego eksportu.

Główne organizacje modowe we Francji

IFM

Institut français de la mode

36 Quai d'Austerlitz - 75013 Paris

Tel : 01 70 38 89 89 - Fax : 01 70 38 89 00

<http://www.ifm-paris.com>

FNH

Fédération nationale de l'habillement
9 rue des Petits Hôtels - 75010 Paris
Tél : 01 42 02 17 69 - Fax : 01 42 02 53 95
<http://www.federation-habillement.fr>

Fédération française du prêt-à-porter féminin

7, rue Caumartin - 75009 Paris
Tel : 01 44 94 70 63 - Fax : 01 44 94 70 03
<http://www.pretaporter.com>

Chambre syndicale du prêt à porter masculin

8 rue Montesquieu, 75001 Paris
Tel : 01 42 96 21 01

Przydatne adresy stron internetowych z inf. dot. mody

Journal du Textile

<http://www.journaldutextile.com>

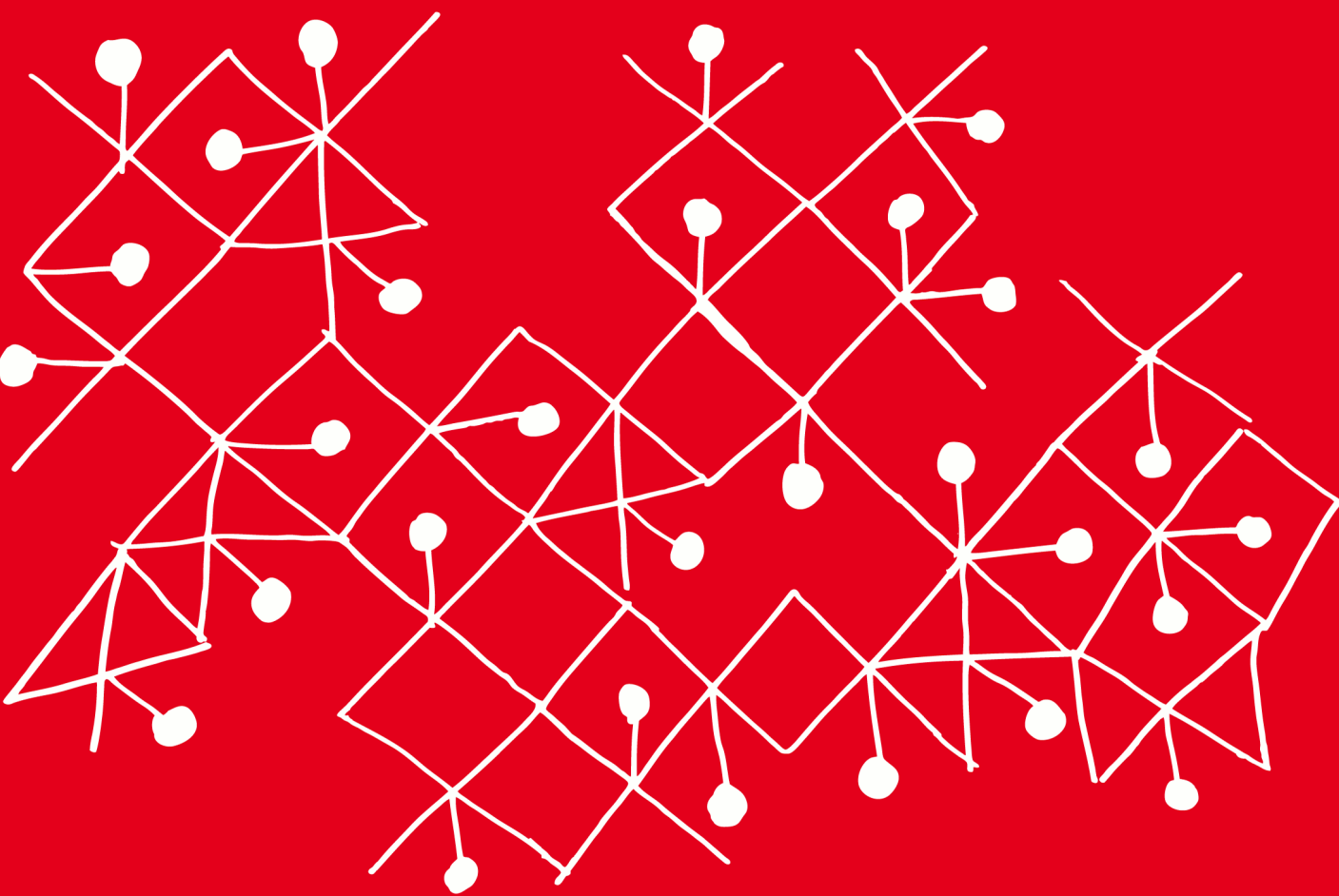
LSA

<http://www.lsa.fr>

Points de Vente

<http://www.pointsdevente.fr>

Opracowanie: Wydział Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Paryżu. WPHI zezwala na wykorzystanie informacji zawartych w niniejszej analizie pod warunkiem podania źródła.



INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**MINISTERSTWO
ROZWOJU**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego