



Manuel García Gutiérrez
Presidente OEEP

Querido amigo Peletero:

Deseo en esta oportunidad dirigirme a ti personalmente, más allá de tu consideración como miembro o no de alguna de las entidades que se integran en nuestra Organización, para expresarte mi reconocimiento y sincera admiración por el extraordinario esfuerzo que superar esta temporada te está suponiendo.

El trabajo, dedicación y energías que esta temporada nos ha exigido a todos han sido muy superiores a los de temporadas anteriores y, aunque los vaticinios económicos ya apuntaban hacia serias dificultades desde fechas incluso anteriores a las pasadas elecciones generales de marzo, lo cierto es que la virulencia de la crisis, especialmente tras el período de vacaciones estivales, se presentó con una intensidad que, te soy sincero, nos hizo llegar a pensar seriamente en los resultados de la temporada.

Nuestra entidad también ha procurado adaptarse a estas dificultades. Hemos realizado un intenso ajuste de gasto y reasignación de recursos dedicándolos a proyectos y actuaciones muy concretas de colaboración con diseñadores, seminarios de formación y divulgación del sector y, sobre todo, a mantener una presencia y una atención especial al contacto directo y permanente con las autoridades, nacionales y miembros de las Instituciones de la UE, que tienen para los próximos años la responsabilidad de aprobar en unos

casos y elaborar en otros unas normativas trascendentales para el comercio de peletería en Europa.

En este Boletín podréis encontrar, a este respecto, una buena prueba del seguimiento que hemos venido abordando así como la concienciación que venimos realizando en nuestras autoridades en orden a evitar que la implantación de determinadas normativas en otros países de la UE, hoy por hoy con carácter estrictamente nacional y de ámbito interno, puedan “comunicarse” a España. Será complicado conseguir que no nos afecten puesto que las organizaciones antipiel saben muy bien cómo manipular y subvertir el verdadero significado de determinadas medidas reguladoras de nuestro sector para presentarlas como pruebas de la inevitable desaparición de la peletería, pero afortunadamente ya tenemos cierta experiencia al respecto y estoy convencido que sabremos como afrontar esta situación.

Y retomando el tema de las dificultades, hemos de reconocer que, afortunadamente, esta temporada nos hemos reencontrado con un aliado esquivo en temporadas anteriores: las condiciones climatológicas con unas características muy importantes: su generalidad y su intensidad. Hizo frío al inicio de la temporada, lo ha hecho durante su período más importante y hoy, cuando os escribo estas líneas, lo sigue haciendo y os aseguro que de haberlo encargado hubiera sido difícil que lo hubiéramos recibido tan oportunamente.

Ciertamente la desaceleración del consumo ha sido relevante, cualitativa y cuantitativamente, para todos los artículos y sectores y de forma destacada en la gama de productos que se catalogan como lujo, pero el intenso frío y las bajas temperaturas han venido a recordarnos, sí también a nosotros que parecíamos haberlo olvidado un poco, que el consumidor agradece la comodidad y confort que ofrecen las pieles y, sobre todo, que no tiene ninguna objeción o prevención a su utilización a pesar de las campañas antipiel que los grupos habituales realizado

durante los pasados meses. El grupo de consumidores a los que les gustan utilizar y vestir pieles está en expansión y no en regresión; y si no puede acceder a una prenda nueva por impedírselo sus limitaciones presupuestarias busca su reforma y arreglo para exhibirla con cualquier excusa. Esta circunstancia es la que, junto al esfuerzo y trabajo que habéis puesto de manifiesto esta temporada, me auguran que tras las fases de dificultad nuestro producto volverá a ser demandado cuando cambien las circunstancias.

La peletería, en conclusión, sigue y seguirá siendo demandada por los diseñadores y creadores españoles para dar un plus de elegancia y valor a sus prendas y el consumidor ha tomado conciencia de que su libertad de elección es consustancial a su libertad personal y su ejercicio un derecho irrenunciable.

Sobre esta certeza y este convencimiento es nuestra responsabilidad apostar por apoyar el trabajo serio y responsable, dejando de lado rencillas y enfrentamientos que sólo intentan distraernos de nuestros verdaderos objetivos y convertir en estériles los logros que, tras años de esfuerzos, nuestras entidades han cosechado.

Y, para concluir, no dejaré de insistiros en que nos trasladéis vuestras iniciativas y sugerencias; vosotros sois la Organización, de quienes, personalmente, a mí me gusta sacar las certezas sobre las que asentar el ejercicio de mis funciones; tengo para mí la seguridad de que en cualquier actividad son los más interesados los que ofrecen las mejores ideas y los más indicados para ejecutarlas.

A ese reto os desafío cordialmente en vísperas de la celebración de la Feria Anual de nuestro Sector a cuya celebración estamos todos convocados y en la que me gustaría que me ofrecieras la oportunidad de saludarte.

Con todo mi aprecio,

EDITORIAL

EL RETO DE LA RESPONSABILIDAD



Desarrollo sostenible, responsabilidad corporativa, control del origen, estandarización, son términos que se están haciendo cada vez más comunes dentro del lenguaje empresarial. Estamos no ante una moda pasajera, sino ante un nuevo rumbo en el que las empresas y sus operaciones no sólo son evaluadas por el producto o servicio final que ofrecen, sino por los procesos y fases de la cadena de valor. Al consumidor no sólo le importa “lo que compra” sino que hay detrás de lo que compra. Le preocupan las condiciones laborales de las personas que ha elaborado en producto, le preocupan el impacto que ha tenido la fabricación del producto, y le preocupan, y mucho, los materiales empleados en el producto y su impacto medioambiental.

Podemos creer que, al fin y al cabo, es el precio y no otra cosa lo que impulsa nuestra decisión de compra, pero está demostrado que hay conceptos asociados a los productos que nos ofrecen que nos decantan hacia ellos. Si hace apenas 10 años no había empresas que tuviesen departamentos de RSC (responsabilidad social corporativa) hoy por hoy cualquier empresa de un tamaño medio, no ya decir de las grandes, dedican parte de sus recursos a controlar que las cosas se hacen bien, y por supuesto, a comunicarlo. Incluso pequeñas empresas y micronegocios toman iniciativas para posicionarse en el lado bueno de la valla.

¿Dónde está la peletería en todo esto? Hoy por hoy no cabe duda que la opinión pública no nos considera como parte de los “buenos chicos”. Aún siendo la peletería un negocio basado en una explotación sostenible de recursos naturales y altamente controlada, no somos percibidos como “socialmente responsables” y mucho menos como “verdes”.

No cabe duda que las empresas que pretendan operar dentro de un entorno competitivo en el futuro deberán adoptar medidas concretas que potencien su papel responsable en la sociedad. Lamentablemente no basta con decir que uno es “sostenible”, que uno es “verde”. Hay

que demostrarlo mediante compromisos tangibles y mensurables. La capa de barniz verde con la que muchas empresas ocultan sus verdaderas operaciones no es ya suficiente.

El grupo SAGA, (SAGA Furs, Finnish Fur Sales y Oslo Fur Auctions) iniciaron hace ya dos años un ambicioso programa para enmarcar sus actividades dentro de una dinámica de responsabilidad social corporativa. Son medidas concretas que en muchos casos se derivan de estructurar procesos que las empresas del grupo ya tenían. En otros casos son verdaderas iniciativas revolucionarias dentro del mundo de la peletería, que nos diferencian claramente de nuestros competidores y perfilan al Grupo SAGA como líder indiscutible en este campo.

SAGA Furs adoptó el año pasado los presupuestos de la iniciativa Global Compact de las Naciones Unidas (www.globalcompact.org) que requiere que informemos periódicamente a este organismo de nuestras operaciones.

El proceso de Certificación de Granjas sigue su curso y son cada vez más las granjas de nuestro grupo que adheridas a este programa, exclusivo de SAGA, alcanzan el máximo nivel.

El STS (Sistema de trazabilidad de SAGA) garantiza la trazabilidad de las pieles que llevan la etiqueta SAGA no sólo hasta su país de origen, sino hasta la propia granja de la que vienen.

Todas estas medidas, y muchas más, dan a SAGA una ventaja competitiva, que ya es apreciada por muchos de nuestros socios, dentro del mundo de la piel, la moda y la producción textil.

El Grupo SAGA cree firmemente en la absoluta prioridad de posicionarnos correctamente en el nuevo entorno social y empresarial, y queremos trasladar la ventaja competitiva a nuestros clientes.

En un momento de crisis económica y feroz competencia en nuestro sector, la búsqueda de valores añadidos es la mejor garantía de éxito.

EL EFECTO DE SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL EN EL SECTOR DE LA PIEL

por Pirkko Rantanen-Hervinen



La temporada de invierno está a punto de finalizar con resultados variados. La turbulencia económica internacional, sin duda, ha hecho a los consumidores muy inseguros y cuidadosos con sus gastos en Europa y EE.UU. Las pieles de lujo y con alto valor añadido de moda se han vendido bastante bien mientras que las ventas de prendas tradicionales de piel se han estancado o retrocedido según los casos. En cualquier caso, el temporal de frío coincidiendo con fechas claves de diciembre y en enero ha ayudado a liquidar los stocks en los principales mercados,

El mercado nacional minorista de China ha ido mejor de lo esperado teniendo en cuenta la situación mundial. Las prendas de visón, los adornos y complementos de zorro se han vendido; y el comercio en general está razonablemente satisfecho en China. Sin embargo, las exportaciones de China a los mercados occidentales y Rusia han sido decepcionantes.

La economía rusa está sufriendo los efectos de las crisis financieras. Su moneda sigue devaluándose lo que ha afectado directamente a la importación y venta de pieles. Con ello, el importe total de las ventas será menor que el año pasado aunque el volumen de prendas de vestir importadas ha sido mayor que el del año pasado. Como en los mercados tradicionales, las prendas de piel de alta calidad con valor añadido de moda se han vendido mejor, mientras que habrá un descenso de las prendas de visón más económicas en Rusia.

La apertura de la temporada de venta en las subastas de diciembre fue decepcionante desde el punto de vista de los vendedores; el bajo porcentaje de venta y la disminución de los precios, obedece a que el comercio no estaba listo para comprar materia prima para la próxima temporada con los mercados en una permanente situación de

incertidumbre. En el sector se espera que las subastas en febrero y marzo encuentren un nuevo nivel estable de precios de visón. Dada la situación económica mundial y los pobres resultados minoristas es probable que haya presión sobre los precios en comparación con los alcanzados en septiembre cuando la crisis se podía vislumbrar pero aún no había estallado. En cualquier caso, sí podemos vaticinar que, sin duda, las pieles de visón de alta calidad serán, de nuevo, la más demandadas de las colecciones de SAGA de la Finnish Fur Sales y alcanzarán un rango récord de calidad, incluidas las pieles de visón de España.

Las prendas con complementos de piel son una parte esencial de la industria de la moda y especialmente los complementos y adornos de zorro SAGA y raccoon finlandés SAGA. Los resultados alcanzados al menor son, al menos en este apartado, alentadores. Los diseñadores también adoran y apuestan por las pieles de pelo largo lo que reforzará, también este año, la demanda de zorros y raccoon finlandés de SAGA.

En esta turbulencia a escala mundial, la cercana cooperación entre la Industria Peletera Española y la Finnish Fur Sales/Saga Furs es muy importante. Nuestro largo y permanente compromiso con la peletería española mantendrá su intensidad, demostrará su fortaleza y comprobaremos que si bien 2009 puede traer consigo un desasosiego por las incertidumbres que nos rodean también puede incluir nuevas oportunidades para aquellos que sepan mirar hacia el futuro con prudencia y atención el comportamiento del consumidor y sepa vislumbrar sus deseos.

Pirkko Rantanen-Hervinen

Una Visión Mundial de la Piel en 2009 Andy Lenhart, Presidente de la Federación Internacional del Comercio de Piel



Este año 2009 es el 60 Aniversario de la Federación Internacional del Comercio de Piel. En IFTF se integran 42 organizaciones, entre las que se encuentra la Organización Empresarial Española de la Peletería (OEEP), de 35 países.

Las ventas globales de piel han venido experimentado una creciente subida en años pasados. Incluso a principios del 2008, dada la fortaleza de los mercados de Rusia y China, parecía que las ventas totales de piel soportarían el empeoramiento de la economía global. Sin embargo, en 2009 la situación se presenta con mayor incertidumbre porque el comercio de la piel empieza a sentir claramente el impacto del descenso económico en Rusia y China, junto a la caída en la actividad económica de Europa y Norte América. No obstante, en la presentación de las colecciones de moda para el Otoño/Invierno del 2009/2010 se incluye con profusión la piel.

Las primeras subastas del 2009 ofrecieron una bajada en las ventas y precios de las pieles aunque el frío invierno de esta temporada ha supuesto una importante ayuda para animar las ventas de algunos comercios minoristas que contrarrestarían aquel efecto. Sin embargo, la Federación Internacional del Comercio de Piel estima

que el año 2009 será un año difícil para todo el comercio porque las perspectivas es de una caída generalizada en las compras de los consumidores. Por otra parte, parece que este será un año trascendente en el frente político en donde tendremos importantes retos que afrontar. La IFTF esta particularmente agradecida a la OEEP por su apoyo continuo y directo ante los responsables del Gobierno Español y en el ámbito europeo en temas sensibles para nuestro sector, como el comercio de piel de foca. La OEEP ha asumido, por escrito, la responsabilidad de ejercer una presión directa contra las prohibiciones en el comercio de piel que las autoridades políticas han propuesto y ha prestado una importante colaboración en la promoción y difusión de la Etiqueta OA entre sus miembros. El programa de implantación de la Etiqueta OA continuará objetivo preferente para IFTF y en este esfuerzo espera seguir trabajando con la OEEP en 2009.

CARTA DIRECTOR GENERAL DE POLÍTICA COMERCIAL

Ángel Allué Buiza, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Queridos lectores de Infopiel,

En primer lugar quiero agradecer a la Organización Empresarial Española de la Peletería, la oportunidad que me brinda de poder saludar a las 400 empresas del sector peletero y especialmente aquellas relacionadas con la distribución comercial, tanto mayorista como minorista. Asimismo, destacar la colaboración que la OEEP mantiene desde años con la Secretaría de Estado de Comercio.

Después de unos años más que aceptables para el sector peletero, seguramente no estamos ahora en el mejor momento, con una crisis de confianza en la economía y sobre todo con una apatía del consumo, que ha hecho que las ventas en 2008 para el conjunto del sector comercial hayan descendido en más de un 5%. No obstante, hay algunos datos que invitan a la esperanza en una pronta recuperación. Por ejemplo, aunque las ventas han bajado, el empleo en el sector de la distribución comercial se mantiene, lo que indica que las empresas esperan que sea una situación pasajera. Por otra parte, las noticias que tenemos del sector sobre la campaña de Navidad y rebajas, también son optimistas, por lo que quiero lanzarles un mensaje de tranquilidad, ánimo, esfuerzo y superación. Y sobre todo motivarles para que la salida de esta coyuntura sitúe e este sector en la vanguardia de la calidad, diseño y servicio.



Quiero también aprovechar para hacerles partícipes de un tema de gran importancia, como es la transposición de la Directiva 2006/123/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los Servicios en el Mercado Interior. Como saben, es una norma comunitaria dictada con el fin de lograr el objetivo del Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea de crear un mercado común en Europa en el que los servicios circulen libremente en la misma medida que ya lo hacen las mercancías.

La Directiva viene, por tanto, a eliminar los principales obstáculos que impiden o limitan el desarrollo de los servicios entre los Estados Miembros, derivados tanto del exceso de trámites administrativos y la inseguridad jurídica que rodea a las actividades transfronterizas por la coexistencia de legislación nacional, regional y local sobre la materia, como de la falta de confianza recíproca entre los Estados Miembros y de la existencia de actitudes proteccionistas. Estos obstáculos afectan a una amplia gama de actividades de servicios y a la totalidad de las etapas de la actividad del prestador: establecimiento, prestación,

promoción, distribución, venta y postventa, afectando de manera más acentuada a las PYMES, que son el tipo de empresa más común en el sector servicios con carácter general.

Con la nueva regulación se pretende facilitar el establecimiento de las empresas europeas en otros Estados Miembros, y fomentar el normal desarrollo de su actividad en un país diferente a aquél en que están establecidas, lo que beneficiará a todos los sectores de la distribución comercial, incluido el sector de la peletería, que verá facilitada su expansión en todo el territorio comunitario, puesto que, como principio general, las empresas estarán sometidas únicamente a la legislación del país donde estén establecidas y el Estado Miembro donde preste sus servicios no puede obstaculizar su actividad, salvo que, justificado por razones imperiosas de interés general, decida introducir requisitos adicionales.

Además se facilita la libertad de establecimiento y la libertad de prestación de servicios a través de las ventanillas únicas en las que los empresarios podrán realizar todas las gestiones necesarias para desarrollar su actividad, posibilitando además que estos trámites se realicen por vía electrónica. Éstas y otras medidas contempladas por la Directiva, como la obligación de los Estados miembros de simplificar los procedimientos administrativos, van a afectar e impactar de forma muy clara al sector de la distribución comercial, que tendrá que adaptar su marco normativo estatal y autonómico.

Por este motivo, desde la Dirección General de Política Comercial, se considera que para modificar la actual Ley de Ordenación del Comercio Minorista es necesario dictar una ley de mínimos que asegure el cumplimiento de la norma comunitaria, inspirada en el principio de libertad de empresa y establecimiento que garantice la coexistencia de los diferentes formatos comerciales para que el consumidor pueda elegir libremente donde efectuar sus actos de compra. En cualquier caso, y como ya se hiciera en el año 1996, esta norma será pactada y consensuada tanto con las CCAA como con el sector que tendrán un papel importante a la hora de decidir sobre el futuro de esta norma.

Esperando que estos cambios normativos sean un revulsivo para que el sector siga creando empleo y riqueza, me pongo a vuestra disposición para recibir cualquier tipo de inquietudes y sugerencias.

Ángel Allué Buiza.

CARTA DELEGADO DEL ÁREA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA Y EMPLEO.

Miguel Ángel Villanueva González, Ayuntamiento de Madrid.



Madrid se ha convertido en los últimos años en una de las capitales mundiales de la Moda, un sector que, en sus diversas variantes, es uno de los más importantes de nuestra economía. Sin duda, gracias a los distintos profesionales de este sector, nuestra ciudad atesora una gran calidad en sus creaciones de moda, que son cada vez más apreciadas internacionalmente. Por ello, todos los madrileños debemos agradecerlos que, al llevar en vuestras creaciones el nombre de Madrid, sois también una de nuestras mejores tarjetas de visita en el mundo.

Ahora, la economía de nuestro país atraviesa por momentos de crisis económica, que está afectando prácticamente a todas las industrias y sectores. Lo que para unos es novedad, no lo es tanto para la industria y comercio de la moda. La liberalización arancelaria introdujo nuevas condiciones de competencia en el mercado, y es evidente que se ha pasado por años duros, en los que las cifras de producción y ventas no eran las deseadas. Sin embargo, allí aparecieron vuestras ganas de innovar, de recuperar el valor de cada oficio y de competir nacional e internacionalmente. os madrileños tenemos un reto, y es el de conseguir que nuestra ciudad sea quien lidere el proceso de recuperación económica de nuestro país, como ha ocurrido en otras ocasiones. En este sentido, el sector de la moda tiene una gran importancia, por su relevancia en el PIB de la ciudad y de España, y, en consecuencia, la peletería, como subsector de gran tradición en Madrid, tendrá también un papel protagonista.

Y es que la peletería en España se ha caracterizado

históricamente por su altísimo nivel en cuanto a la utilización de las mejores materias primas y el carácter artesanal de sus creaciones. Además, a lo largo de los últimos años, habéis sabido adaptaros a las nuevas exigencias del mercado no sólo en lo que se refiere al diseño de sus creaciones, sino también en cuanto a la introducción de métodos innovadores en el proceso productivo, sin renunciar al valor añadido que supone su tradición artesana.

Este reconocimiento internacional de la moda española y, en concreto de la peletería, debe servirnos también para conseguir atraer visitantes a Madrid, en particular a un perfil de turista con un alto poder adquisitivo interesado en la tradición artesanal peletera de nuestra ciudad. Además, la relación existente entre la moda y el turismo genera sinergias que repercuten positivamente en otros sectores de la economía madrileña y española, impulsándola.

Desde el Ayuntamiento de Madrid confiamos en la moda y en cada una de sus especialidades como una de las fortalezas de la ciudad ante la crisis. Por ello, continuaremos con actuaciones de apoyo a la dinamización del comercio y de promoción del turismo de compras, para, entre todos, lograr los mayores éxitos, que redundarán en beneficio del sector, de la Ciudad y de España en su conjunto.

Miguel Ángel Villanueva González

ASAMBLEA GENERAL ANUAL DE IFTF

La Asamblea General Anual de la IFTF tuvo lugar el pasado mes de septiembre en Copenhague. Asistieron nuestros representantes, D. Manuel García Gutiérrez, Presidente de la OEEP, y D. Julio Suárez Christiansen, Delegado de la OEEP en IFTF.

El principal asunto tratado en la reunión se refirió a los cambios económicos introducidos por el Comité Financiero de IFTF para los años sucesivos.

A partir de ahora sólo podrían presentarse un máximo de cuatro proyectos para solicitar el apoyo de IFTF y las Asociaciones nacionales quedarían encuadradas en alguno de los siguientes grupos: A; B; C y D.

A cada miembro de los diferentes grupos, de menor a mayor, se le asignará una Asignación Anual Normal que se incrementará en detrimento de la Asignación Extraordinaria. La perspectiva para nuestra entidad era situarse en el grupo B o C, con mayor probabilidad de éste último.

Aunque la presencia nuestro país en el esquema de la IFTF mantiene su relevancia y merece la pena destacarse la atención con la que se escuchan las iniciativas de sus representantes, como lo prueba la consideración y financiación que merecen los proyectos que se presentan anualmente, tanto nuestro Presidente como nuestro Delegado en la reunión no dejaron de señalar a Juliette Bailey, Directora de IFTF, su desencanto por la lejanía con que se trataron los temas reales, los que afectan

directamente a los profesionales de a pié que los que están más en contacto con el cliente y consumidor final del producto.

Ciertamente, en la actualidad los mercados de Rusia y China son los que marcan la pauta en el comercio internacional de pieles y resulta comprensible la mayor atención y consideración que pudiera dispensárseles en la medida que su crecimiento supone una importante fuente de recursos para IFTF y los países productores, pero la realidad de los países tradicionales que hasta el momento han mantenido, con gran esfuerzo, la peletería a la vanguardia de la moda y el consumo merecería, en opinión de nuestros representantes, una especial atención y dedicación en la medida que están surgiendo en los momentos actuales dificultades especiales y sus profesionales encuentran más dificultades para alcanzar los objetivos que en temporadas anteriores.

Esta sensibilidad está muy presente en nuestros representantes y se pone de manifiesto en cada una de las oportunidades que se nos ofrece; los peleteros españoles han superado momentos muy difíciles y, sin duda, como lo ha demostrado esta temporada, cuando cuentan con unas condiciones climatológicas y económicas normales han demostrado que son capaces de superar las dificultades. Ahora, que la situación económica parece encaminarse a unas condiciones más duras y exigentes es cuando más dedicación, apoyo y ayuda debe prestárseles desde las entidades las entidades como IFTF implicadas en el incremento y desarrollo del comercio de peletería a nivel mundial.

VISITA DEL DIRECTOR GENERAL DE SAGA FURS A ESPAÑA

Durante los días 1 y 2 de octubre, D. Jan Erik Carlson, Director General de SAGA FURS visitó España, entrevistándose con el Presidente de la Organización Empresarial Española de la Peletería, D. Manuel García Gutiérrez, acompañados de Julio Suárez, Delegado de SAGA FURS en España y José Miguel Martín Manzanares, Secretario General de la OEEP. Durante la visita a la sede de la OEEP, se intercambiaron puntos de vista sobre la situación general y particular de la peletería, analizando los proyectos y el trabajo en común a realizar durante la próxima temporada.



REUNIONES ENTRE LA OEEP Y LAS REPRESENTACIONES ESPAÑOLAS EN LA UNIÓN EUROPEA.



Tras el Seminario al que se asistió el día 5 de Noviembre pasado, el día 6, antes de regresar a España, fueron concertadas varias entrevistas por el Presidente y el Secretario General de la Organización Empresarial Española de la Peletería.

Así, se mantuvo la primera con DOÑA ANA RAMOS BARBOSA, Directora de la Fundación Galicia Europa. Esta institución de la Xunta de Galicia, que está patrocinada por numerosas instituciones de dicha Comunidad Autónoma, realiza una labor de lobby y representación ante la UE. Se les trasladó por el Presidente la importancia del sector peletero en Galicia, fundamentalmente en lo que respecta a las granjas de visones. No perdimos la oportunidad de poner en antecedentes a la Fundación sobre los problemas que actualmente se están abordando o decidiendo en la UE, como las prohibiciones de granjas de peletería en Holanda o Dinamarca y sobre la comercialización de la piel de foca. En todas las entrevistas hemos querido significar que, pese a que hay medidas que no inciden directamente en nuestro país, si queremos y debemos hacer una llamada de atención para que esas actuaciones no sean el inicio de otras que vayan a torpedear gravemente nuestro modo de vida.

La visita fue extremadamente fructífera, abriéndose unos sólidos lazos de colaboración entre ambas instituciones para el futuro.

Finalizada dicha entrevista, el Presidente y Secretario General de la OEEP se trasladaron a la Representación Permanente Española ante la Unión Europea, donde se entrevistaron con el Consejero de Economía y Comercio DON JOSE CARLOS GARCIA DE QUEVEDO.

Así mismo, como ya se había realizado en la entrevista anterior, le trasladaron los antecedentes de la Organización Empresarial Española de la Peletería como la institución más representativa de ámbito Nacional de la Peletería Española y los datos estadísticos de la industria de la piel a nivel Europeo y Mundial. Se incidió de nuevo en la problemática actual de la Peletería y se brindó la leal colaboración de nuestra Institución con la Representación Permanente Española ante la UE. Por su parte el Sr. García de Quevedo lamentó que la representación de la OEEP no pudiera saludar al Embajador Sr. Basterreche, pues se encontraba ausente de Bruselas y agradeciendo la visita, se brindó a colaborar y trasladar a los departamentos correspondientes cuantas necesidades y propuestas le llegaran de la OEEP.

A continuación se giró visita al Parlamento Europeo, siendo recibidos por D. Roberto Laudato, Administrador en la Comisión de Agricultura del Parlamento. Tras visitar distintas dependencias del Parlamento, entre ellas la sala de plenos, se mantuvo una entrevista con DOÑA MAGDALENA MAJERCZYK, Jefa de Gabinete del Ministro Polaco de Agricultura Excmo. Sr. JANUUSZ WOJCIECHOWSKI, relativa a la Directiva que se está estudiando sobre el sacrificio de animales.

Creemos que los contactos y entrevistas realizadas han sido muy fructíferos, abriéndose un camino que la OEEP deberá aprovechar en el futuro. La OEEP agradece expresamente a D. Cecilio Madero, Director de la Dirección General de Competencia de la Unión Europea, las gestiones realizadas para que pudiera la representación de la Peletería Española desplazada a Bruselas entrevistarse con tan

SEMINARIO LOBBYING DE LA INDUSTRIA PELETERA

El día 5 de Noviembre de 2008, se celebró en Bruselas un Seminario organizado por la IFTF para que, los países miembros, se familiarizaran con la actuación del Lobby (grupo de presión) de la Industria Peletera.

Asistieron por la Organización Empresarial Española de la Peletería, el Presidente, D. Manuel García Gutiérrez y el Secretario General, D. José Miguel Martín Manzanares, así como el representante de España ante la IFTF, D. Julio Suárez que ya había participado el día anterior en la reunión del Comité Político y de Derechos de los animales de la IFTF, a la que la OEEP había sido invitada a participar por primera vez en su historia.

A lo largo de la jornada fueron sucediéndose ponencias en las que se analizaron las Instituciones que forman la Unión Europea, los procesos de toma de decisiones, el papel de los Gobiernos Nacionales, corrientes relevantes de la UE, el papel del Parlamento Europeo, la representación ante la Comisión Europea, el papel de la Dirección General de Comercio y su interacción con las Asociaciones

Empresariales y la visión de un representante de una Representación Permanente de un Estado Miembro de la Unión Europea. Todo ello fue impartido por ponentes de gran relevancia como Mrs Anne Jensen, miembro del Parlamento Europeo, Mrs Minna Liira, miembro de la Comisión Europea, Mr Johan Svalby, miembro de FACE y, al frente de ellos dirigentes de Schuman Associates que capitanean el Lobby de la International Fur Trade Federation en Bruselas.

Finalmente, se llevaron a cabo dos mesas de trabajo con los delegados de la IFTF para practicar los mensajes que debemos trasladar y cómo hacerlo a nuestros representantes políticos.

Creemos que el resultado de este tipo de seminarios formativos ha sido muy positivo, aclarando a los asistentes cómo se debe afrontar una negociación con los políticos a la hora de trasladar la problemática que afecta a la industria peletera en general.



NUEVA NORMATIVA SOBRE GRANJAS DE ZORROS EN DINAMARCA

por Guillermo Fernández Reguera



El Gobierno de Dinamarca cursó a mediados de 2008 una notificación a la Comisión Europea (2008/402/DK) siguiendo la Directiva 98/34/CE sobre un proyecto legislativo cuya finalidad era prohibir, sobre la base de consideraciones en materia de ética animal, de forma escalonada en el tiempo las granjas de zorros en Dinamarca.

Si bien esta pretensión afectaría exclusivamente a Dinamarca, y consideraba la excepción relativa a parques zoológicos y la experimentación animal y excluía su aplicación a las Islas Feore y Groenlandia, la Unión Europea dio traslado de la pretensión a todos los países a fin de que se posicionaran al respecto.

La postura oficial de nuestro Gobierno, trasladada a la OEEP por la Secretaría de Estado para la Unión Europea, una vez consultado el Departamento de Bienestar Animal del Ministerio de Agricultura, al que la OEEP ha ido transmitiendo puntualmente la postura de nuestro sector, ha sido la de “declararse incompetente para realizar una evaluación de lo que otro Estado miembro pudiera considerar aceptable éticamente.” Por tanto, la situación actual es que el proyecto unilateral de las autoridades danesas no “contaminará” al resto de estados miembros de la UE.

Debemos destacar al respecto que el Reino Unido ya en

el año 1999 hizo una propuesta similar a la cual varios Estados Miembros de la UE presentaron alegaciones (España lo hizo con el informe previo de nuestro sector opuesto a tal pretensión). La propuesta del Reino Unido quedó a la espera de que el comité Científico emitiera un informe sobre la cría de animales de peletería al objeto de que la Comisión hiciera una propuesta de normativa armonizando la misma, propuesta que aún no se ha presentado y, en el Plan de acción en materia de bienestar animal de la Comisión, no se incluye dicho asunto hasta el año 2010 cuando menos.

Se trata, como puede fácilmente imaginarse, de un tema importante y trascendente en el que la OEEP lleva trabajando ya muchos años. Sin duda este asunto es, junto con el Proyecto de la Etiqueta OA, la materia de máxima atención por parte de la IFTF (Internacional Fur Trade Federation) y la EFBA (European Fur Breeders Association). De ahí la relevancia de mantener e incrementar, siguiendo el guión y las directrices unificadoras de la IFTF, una permanente relación e información con los miembros españoles de las instancias europeas (Parlamento Europeo, Comisión Europea, principalmente) y las autoridades administrativas nacionales (Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación).

EL PROYECTO DE ORIGEN ASEGURADO Y LA OEEP

La etiqueta OA (Origin Assured) ha sido la respuesta más importante que la IFTF (International Fur Trade Federation) ha ofrecido al consumidor del siglo XXI, cada vez exigente y mejor informado sobre los artículos que adquiere.

Su importancia radica en que la Etiqueta ofrece a esos consumidores una garantía muy especial: que las pieles que la portan proceden de un país que tiene en vigor una normativa para su producción, normativa respetuosa con el medio ambiente y el bienestar animal. Se trata, pues, de un compromiso unilateral del sector peletero en aras a asegurar “la trazabilidad” legal y legítima de nuestra materia básica, la piel.

Por estas razones, la OEEP desde que conoció la iniciativa mostró su apoyo y colaboración en la implantación de la Etiqueta OA, su distribución y, sobre todo, ha puesto un especial empeño en que el control independiente de su utilización, encomendado a COTECNA, una organización internacional de control con sede en Ginebra y una red mundial de oficinas, se realice con las mayores facilidades y garantías



en los establecimientos de nuestro país. La experiencia hasta el momento no ha podido ser más positiva; según nuestras noticias las inspecciones que COTECNA ha realizado a los asociados de alguna de las asociaciones integradas en la OEEP han resultado plenamente satisfactorias y estamos convencidos que, a medida que su implantación se generalice, los beneficios que nos reportará recompensarán los esfuerzos que exige a todos los operadores del mercado peletero.

La OEEP ha distribuido ya entre sus asociaciones un buen número de folletos explicativos de la Etiqueta OA y en el futuro seguiremos distribuyéndolas para que su conocimiento y su filosofía resulten cada más habituales en los establecimientos del Sector y más familiares a sus clientes.

Si desea más información sobre la Etiqueta OA puede dirigirse directamente a nuestra entidad, en cualquiera de sus asociaciones o visitando nuestra página web: www.oEEP.net o en www.originassured.co.uk.

PROMOCIÓN DE LA ETIQUETA OA EN LAS REVISTAS DE MODA

El esfuerzo de promoción de la IFTF (International Fur Trade Federation) para informar al potencial consumidor de peletería de la existencia y significado de la etiqueta OA (Origin Assured) se ha concretado este año en la inserción de un espectacular anuncio a doble página en la Revista ELLE, del mes de Septiembre y Octubre, y en el ejemplar correspondiente al mes de Octubre en la Revista VANITY FAIR, aprovechando la gran expectación que ha suscitado la reciente aparición de la edición española de este reconocido magazín internacional.

Esta promoción, que ha estado complementada con la inserción de un Publireportaje de la OEEP en un suplemento del diario EL PAIS del que nos ocupamos más detenidamente en otro lugar de este ejemplar de INFOPIEL, han supuesto una importante asignación de recursos y un intento de aprovechar las sinergias de una labor conjunta, IFTF / OEEP, dirigidas a conseguir una mayor y más intensa difusión del mensaje implícito de la Etiqueta OA ilustrada con una imagen moderna, atractiva, seductora y llena de sofisticación.



“DE DONDE PROCEDEN LAS PIELES”

A iniciativa de María José Rodríguez, Presidenta del Gremio de Peleteros de Aragón, la OEEP distribuyó directamente, a comienzos de noviembre pasado, entre los peleteros asociados Trípticos con el objetivo de informar “DE DONDE PROCEDEN LAS PIELES”.

Este tríptico pretende reflejar de una forma clara, sencilla y atractiva al consumidor de peletería cómo la utilización de las pieles naturales cumple el requisito básico de respetar el Medio ambiente.

Se ha dicho y reiterado que el siglo XXI será el siglo de la Ecología o, sencillamente, no será y, en este sentido, el primer mandamiento que debe observar cualquier producto será que su obtención, su utilización y aprovechamiento sean sostenibles. Desde esta perspectiva, no cabe la menor duda

que la piel natural, y por extensión la peletería, cumplen ese principio básico de sostenibilidad. Su condición de producto biodegradable y renovable ilimitadamente en abierto contraste, por ejemplo, con el petróleo, el gas y otros recursos naturales que, por definición, son “limitados”, nos han llevado a resaltar en el tríptico esta característica sin renunciar a reflejar a otros ya tradicionales que saltan a vista: su belleza y la seducción que una piel natural conlleva implícitamente en si misma.

Nos gustaría que los profesionales del Sector entre los que se ha realizado esta distribución nos comunicaran su opinión sobre esta iniciativa así como el resultado o comentarios que hayan podido evaluar de su distribución entre los consumidores de su establecimiento.

PELETERÍA ARTESANA

OEEP
Organización Empresarial Española de Peletería
miembro de IFTF
(International Fur Trade Federation)

IFTF
es miembro de IUCN
Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza y de los Recursos Naturales

IFTF
patrocinador de World Wilderness Congress
para proteger las zonas salvajes del planeta

HEREDEROS DE LA TRADICIÓN ARTESANOS DE LA NATURALEZA

Los peleteros artesanos tienen una alta cualificación profesional, no sólo han de conocer su oficio, sino también los animales y su morfología para poder aplicar la técnica más adecuada a la hora de trabajar. La cantidad de pieles y el hecho de que no haya dos iguales nos somete permanentemente a examen. La piel que hoy estamos trabajando será una pieza única. Las horas que pasamos con ellas desde el comienzo hasta que las vemos acabadas nos hace quererlas: son nuestras creaciones.

Aprovechamiento Sostenido de los Recursos Naturales

La etiqueta de origen asegurado es tu garantía de que la piel procede de un país donde las regulaciones locales o nacionales y los criterios de gobierno para la producción de piel están vigentes.

www.originassured.com

LA OEEP EN EL DIARIO EL PAÍS

ACCIÓN PROMOCIONAL DE LA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL ESPAÑOLA DE LA PELETERIA

Manuel García Gutiérrez
Presidente de la Organización Empresarial Española de Peletería y miembro de la Internacional Fur Trade Federation (IFTF).

La peletería en el mundo de la moda. De izquierda a derecha, diseño de Giambattista Valli, promoción de la etiqueta OK y diseño de Missoni.

LA PELETERÍA ESPAÑOLA PISA FUERTE

Moda y piel, de la mano

Manuel García Gutiérrez, presidente de la Organización Empresarial Española de Peletería, cuenta cómo el sector peletero está encarando la crisis con energías renovadas, con el objetivo de integrar plenamente la peletería en el mundo de la moda y atraer al público joven.

Cuál es la situación actual del sector peletero en nuestro país? Las empresas atraviesan dificultades semejantes a las de cualquier otro sector de nuestra economía; sin embargo, quizá por haber superado etapas de cierta dificultad en el pasado, sus profesionales están preparados para afrontar la nueva temporada con energías renovadas. Soy prudentemente optimista y estoy convencido que esta temporada ofrecerá un balance más positivo de lo que pudiera esperarse a la vista de las actuales circunstancias económicas.

Defina las características de su entidad.
La Organización Empresarial Española de la Peletería agrupa, por comunidades autónomas, las principales asociaciones de peleteros de nuestro país e integra, además, a la Asociación de Granjeros de Visón (AGV), la principal asociación de criadores de pieles de visón de España. Somos los interlocutores del sector peletero con la Administración (estatal, autonómica y municipal) y representamos a los peleteros españoles en la Internacional Fur Trade Federation (IFTF), máxi-

mo organismo en el comercio de la piel y, a través de AGAVI, estamos presentes en la EFBA (European Fur Breeders Association - Asociación Europea de Criadores de Animales de Piel). Con estas premisas, nuestro objetivo esencial es la promoción y defensa de la piel y de sus profesionales, intentando mantener el sector en el privilegiado lugar que ocupa en la moda de nuestro país.

¿Cuáles son sus proyectos?
Conseguir la plena integración de la peletería en la moda. Nuestra entidad nació hace más de una década, con el decidido apoyo y colaboración de la firma SAGA FURS, una fructífera relación con los principales diseñadores del país y pretendemos que la simbiosis sea cada vez más perfecta. La piel es un material habitual en las prendas que protagonizan la presentación de las grandes colecciones en pasarela y conseguir un uso más generalizado por las firmas textiles es un proyecto permanente. Además, los peleteros debemos darnos a conocer más y mejor; nuestro material cumple unas exigentes normativas que regulan su producción, distribución y comercialización. Hace tiempo que la

22 S&S

Dentro de las actuaciones de promoción de la piel que ha realizado en el año 2008 la OEEP, a continuación se reproduce el encartado realizado en el suplemento Shopping del diario nacional EL PAÍS el 26 de noviembre de 2008.

FORMACIÓN

También dentro del contrato Programa de Formación aprobado por la Comunidad de Madrid, la ASOCIACIÓN EMPRESARIAL DE LA PELETERÍA DE MADRID inició el día 10 de septiembre de 2008 el Curso de PATRONAJE DE PELETERÍA.

La demanda fue muy importante y merece destacarse ya que hubo numerosos alumnos que no pudieron acceder al curso. Lo impartió, una vez más, DON MARIO BRAGHIERI, profesor de la Universidad de Diseño de Milán.

Asimismo dio comienzo el taller de



Conocimiento del Producto, impartido por D. Julio Suárez, Director de SAGA FURS en España.

La AEP está profundamente agradecida a los profesores que colaboraron, realizando un esfuerzo muy importante en beneficio de la Peletería.



AHORA MADRID ES MODA

La Asociación Empresarial de la Peletería de Madrid firmó, al amparo de COCEM, junto con Joyeros y comercio textil, un convenio con el Ayuntamiento de Madrid para lanzar una campaña que promoviera la moda, desde el diseño, la fabricación y el comercio. El día 12 de septiembre de 2008 se presentó en el Palacio de Correos del Ayuntamiento de Madrid dicha campaña.

La presentación corrió a cargo del Alcalde de Madrid, Excmo Sr. DON ALBERTO RUIZ GALLARDÓN, junto con su TENIENTE DE ALCALDE DOÑA ANA BOTELLA y el Consejero de Economía, DON MIGUEL ANGEL VILLANUEVA que en la presencia de diseñadores, fabricantes, comerciantes y los medios de comunicación

reseñaron las acciones en que iba a consistir esta Campaña para promocionar el comercio de moda y complementos, instalación de pantallas gigantes en las calles, la circulación del Autobús de la Moda, gratuito y conectaría los principales ejes comerciales de Madrid de 10,00 a 20,00 horas, Exposición en La Conjura del Escorial, etc.. La Asociación Empresarial de la Peletería de Madrid, como entidad más representativa del sector en Madrid y parte integrante de este Proyecto, tuvo especial presencia y relevancia en el desarrollo del mismo, con el Presidente de la AEP, miembros de la Junta Directiva en pleno y un buen número de asociados que asistieron al acto en un ambiente de satisfacción general por esta iniciativa.



SEMINARIO

SEMINARIO AEP

La Asociación Empresarial de la Peletería de Madrid celebró el 30 de octubre de 2008 en el hotel Meliá Galgos de Madrid su ya tradicional seminario.

Ante un numeroso grupo de peleteros asociados y con el patrocinio de SAGA FURS, el Coordinador General de Economía del Ayuntamiento de Madrid Don Javier Oyarzabal de Miguel desarrolló la ponencia "La Peletería, un Atractivo para un Destino Exclusivo de Compras".

Al acto asistió el Coordinador General de Empleo y Desarrollo Empresarial del Ayuntamiento de Madrid, Don Juan del Álamo Jiménez; el Director General de Comercio del Ayuntamiento de Madrid, Don Daniel López Gálvez; el Presidente de la OEEP, Don Manuel García Gutiérrez; el Secretario General de COCEM y el Secretario General de ACOTEX.

Finalizada la ponencia, se sirvió a los asistentes un cóctel que sirvió para que los

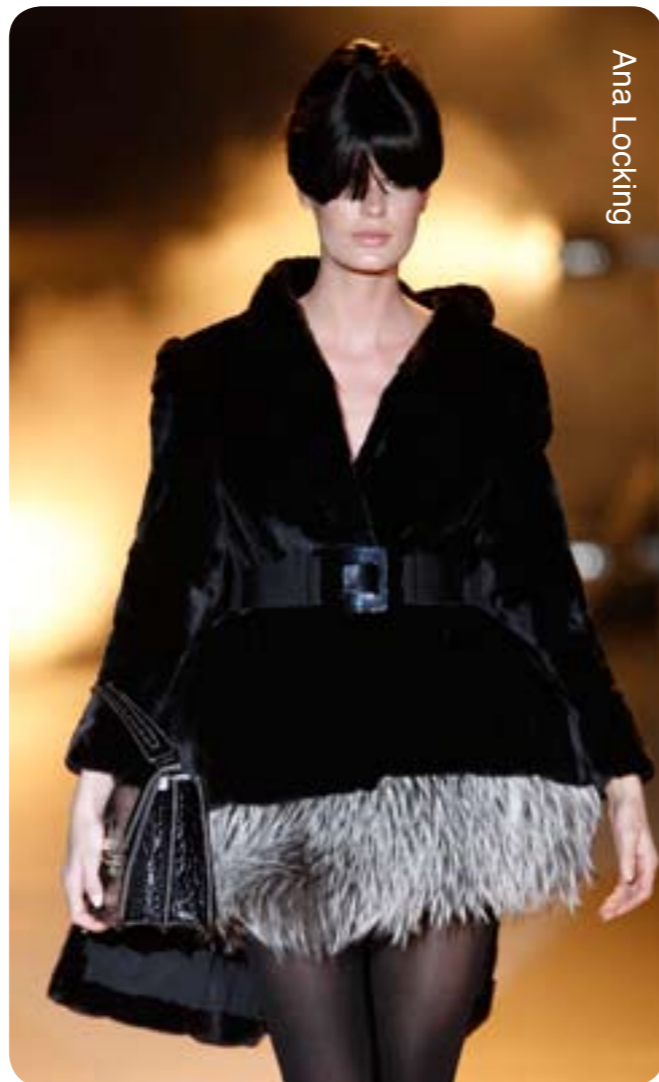
asistentes debatieran sobre la situación actual del sector y sobre todo se pusiera de manifiesto la importancia que el tiempo climatológico había alcanzando en esta temporada, una temporada llena de condicionantes empezando por los económicos que están en la mente de todos pero que el rigor invernal, cuya intensidad resultaba desconocida desde hacía ya algunos años, había venido a mitigar como



lo atestiguaba el incremento de trabajo que se había detectado en los talleres.

Había un consenso generalizado en los comentarios de los corros que formaron los asistentes: el consumidor, ha quedado demostrado, no ha renunciado a vestir pieles. Su comportamiento

en este año, muy condicionado por la situación económica, ha reducido la adquisición de nuevas prendas pero no ha renunciado a arreglar y transformar las que tenía en su armario. Y, al fin y al cabo, la temporada estaba resultando bastante mejor de los augurios que se cernieron sobre el sector en sus inicios.



CIBELES

LA PIEL EN CIBELES MADRID FASHION WEEK

Como cada año la piel vuelve a estar presente en la Pasarela Cibeles y de nuevo la OEEP apoya a los diseñadores españoles. En la presentación de la temporada Otoño/Invierno de 2010 la piel será protagonista en numerosas colecciones como, por ejemplo, en las de Devota y Lomba, Miguel Palacio, Elio Berhanyer, Jesús del Pozo y Ana Locking, con los que la OEEP ha colaborado estrechamente gracias, por supuesto, a la inestimable ayuda de nuestros profesionales asociados.

Además este año la OEEP, no sin ciertas dificultades, superadas por la magnífica relación con IFEMA y su acertada comprensión del sector, tiene el placer de volver a contar con dos de sus asociados en este importante evento de lo moda nacional, Miguel Marinero y José Jesús Lorenzo.

Para Miguel Marinero será una nueva ocasión de renovar

el éxito alcanzado en participaciones anteriores mientras que para José Jesús Lorenzo, representante de la firma Peletería Groenlandia, será la primera ocasión en que tendrá oportunidad en la Pasarela Cibeles de reproducir los éxitos que año tras año, ha venido cosechando en la presentación de sus colecciones.

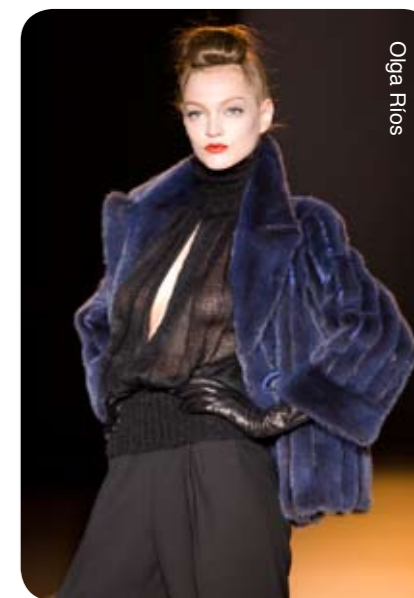
Nuestro agradecimiento a todos los que, de una manera o de otra, hacen posible que los diseñadores de peletería estén donde corresponde y nuestro deseo de mejorar en la ubicación temporal de los desfiles de nuestros participantes.

No dudamos que la piel va a volver a destacar, como ya lo hizo en la anterior edición en diseños de Miguel Palacio, Ailanto, Devota y Lomba, Ana Locking, José Miró.

Y es que la piel sigue de moda.



“La piel sigue de moda”



I CONCURSO DE DISEÑO DE MODA EN PIEL PARA JÓVENES CREADORES



La Organización Empresarial Española de la Peletería convocó este año el Primer Concurso de Diseño de Moda en Piel para Jóvenes Creadores.

Este ambicioso proyecto, que cuenta con el apoyo de Saga Furs, es una muestra más del apoyo que desde la OEEP se viene prestando al Diseño Español y sus Diseñadores Noveles a los que facilita la piel como material de trabajo en el que confeccionar y hacer realizar sus creaciones.

El objetivo adicional del Concurso era que el diseño elegido representara a España en el Concurso Internacional REMIX, que tendrá lugar en Milán en el mes de marzo, coincidiendo con la feria MIFUR, organizado por la Federación Internacional del Comercio de Peletería (IFTF).

Gracias a la colaboración prestada por todos cuantos han ayudado a que la iniciativa tuviera una buena difusión, el primer Concurso de Diseño de Moda en Piel para Jóvenes Creadores, contó con un elevado número de participantes, todos ellos estudiantes o recién graduados en Diseño, a los que agradecemos sinceramente su participación y a quienes invitamos, desde este mismo momento, a continuar

enviándonos sus diseños en próximas ediciones del Concurso.

El jurado formado por la Ilma. Sra. D^a Carmen Cárdeno Pardo, Directora General Comercio de la Comunidad de Madrid, la Ilma. Sra. D^a Concepción Díaz de Villegas, Subdirectora General de Comercio del Ayuntamiento de Madrid, D. Modesto Lomba, Diseñador de la firma Devota y Lomba, D. Felipe, Diseñador de la firma Devota y Lomba, D. Miguel Marinero, Diseñador de Peletería, D^a Maite Ruíz Atela, Directora de Global Fashion y D. Manuel García Gutiérrez, Presidente de la OEEP., fue el encargado de seleccionar de entre todos los aspirantes.



El diseño ganador resultó ser "Desierto Gris", de Raquel de la Torre, madrileña, licenciada en Bellas Artes y estudiante de Diseño, con un más que prometedor futuro en el mundo de la Moda.

Tras la realización de la prenda, estamos a la espera de conocer el resultado de la participación de este diseño en el Premio Internacional REMIX del que informaremos en nuestro próximo ejemplar de INFOPIEL.

ENCUESTA DE LA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL ESPAÑOLA DE PELETERÍA.

En esta edición del Infopiel hemos querido sondear la opinión de algunos profesionales, asociados a la OEEP, sobre la situación del sector. Hemos procurado recoger una muestra de diversos lugares para poder darnos una idea general de cómo han ido las cosas en las distintas comunidades de nuestro país.

Las preguntas que hemos realizado han sido las siguientes:

1. Qué resultado arrojará según Vd. la temporada 2008/2009 en relación con las perspectivas que mantenidas en el inicio de la temporada.
2. Qué incidencia ha tenido en su negocio la situación económica que ha caracterizado el final del 2008.
3. Cuáles son las perspectivas para la próxima temporada.
4. Qué sugerencias hace a la OEEP para su actuación en defensa del sector empresarial peletero.

DOLORES GUILLOT, Presidenta de la Asociación Valenciana de Peletería.

- 1º- Mejor de lo esperado
- 2º- Claro que la crisis económica ha tenido incidencia porque en condiciones económicas normales y el temporal de frío de este invierno, se hubiera vendido mucho más.
- 3º- Con muchísima prudencia y cautela.
- 4º- Con moda, moda y moda. La piel tiene que estar en todo lo relacionado a la moda.

DURI ALAMEDDINE, Asociado AEP

- 1º- El principal resultado ha sido la exigencia de trabajar 3 veces más para llegar al mismo resultado de 2008.
- 2º- Negativa como no podía ser de otra manera. La situación económica ha supuesto un retraso en los pagos y una vuelta de tuerca más de los bancos que cada vez aprietan más en las líneas de crédito y en las comisiones.
- 3º- La reducción de márgenes para el producto en circulación, hay que procurar fabricar prendas adaptables a la crisis y al bolsillo de consumidor. Y esto conduce de nuevo al hecho de que habrá de trabajar mucho más para llegar al mismo objetivo, tomar más precauciones para asegurar el cobro, procurar reducir los gastos al máximo e intentar salir al mercado exterior.
- 4º- Luchar por renovar las tiendas y nuestra imagen. Y todas no solamente las de nuestros asociados. Hay que procurar además buscar en subvenciones y otras financiaciones los recursos con los que promocionar más y mejor la piel.



LUÍS DíEZ ARIAS, Presidente de la Asociación de Peleteros de León

- 1º- El resultado de la temporada 2008/2009 creo que puede afirmarse que será de los peores que yo haya conocido desde el año 1979. Se veía venir porque ya la temporada anterior fue medio buena, pero en esta las condiciones en que se ha presentado has sido las peores posibles, salvo el tiempo que resultó inmejorable.
- 2º- El 2008 fue del 1 al 10 un 4, muy irregular.
- 3º- En cuanto a las perspectivas de la próxima temporada. No hay que ser adivino, pues visto el panorama de la crisis que tenemos encima y dado que todavía no ha terminado la actual, se presenta, al menos, preocupante.
- 4º- Que siga las incidencias del mercado y tener informados a los asociados por si surgiera algo que se pueda mejorar referente a ventas y confección, nuevos estilos y demás, o sea la información y formación a la gente joven que no parece estar por la labor de utilizar mucha piel.



MARÍA JOSÉ RODRIGUEZ, Presidenta del Gremio de Peleteros de Aragón.

1º- Llevamos unos años con un crecimiento progresivo en el volumen de negocio a pesar de que hemos tenido unos inviernos en los que la climatología no nos ha ayudado.

En esta temporada aprecio dos factores que han influido; el crudo invierno que estamos teniendo y la tan cacareada crisis.

Por nuestro tipo de negocio creo que a nuestros potenciales clientes les a influido más el tiempo que la crisis y como consecuencia seguimos creciendo.

2º- Como decía anteriormente es posible que por el tipo de material que manejamos, la influencia de la crisis ha sido menor que en otros sectores, aunque con el frío que estamos teniendo posiblemente las ventas

hubieran sido mayores con otra situación económica.

En mi caso concreto he notado que se ha vendido menos la prenda sencilla y sin embargo algo más la prenda exclusiva y caprichosa.

3º- Creo que como siempre dependemos del tiempo a lo que habrá que sumar en la siguiente temporada la resolución o no de la crisis económica.

Estamos en un tiempo de transición, falla la venta del visón tradicional porque ya no se piensa en el abrigo para la ocasión y se buscan prendas con más diseño, innovadoras, que sean confortables y elegantes a la vez. Es decir un sport de categoría.



MARÍA TERESA CORMENZANA Presidenta de la Asociación de Peleteros del País Vasco.

1º Y 2º- La temporada empezó con unas ventas de relativa caída, cercana al 10%, pero lo peor llegó como octubre y noviembre en que el mercado quedó paralizado. A nadie parecía interesarle mirar siquiera el escaparate y ambos meses resultaron desalentadores, pero el otoño frío y un inicio de invierno con muy bajas temperaturas ha hecho reaccionar a la clientela. El resultado fueron unos días increíbles de nochevieja a reyes con la gente comprando de forma compulsiva. En conclusión, podríamos decir que se ha portado... como para aguantar las adversas condiciones económicas que más que acercarse son ya una realidad porque, sin duda, la crisis se ha hecho notar y parece que nos acompañará durante algún tiempo.

3º- Es lógico y normal que cada uno quiera ir controlando sus stocks según haya vendido y el producto que más salida haya tenido. La peletería

no deja de ser un negocio de riesgo y el tener todo el producto confeccionado hace que pierda valor en lugar de ser una inversión, los tiempos son diferentes y duros, hace falta mucho capital pero sobre todo mucho movimiento, gente con ganas de gastar y el turismo ya no gasta demasiado. Las temporadas son cada vez mas cortas por culpa de las rebajas y se hace preciso buscar nuevas estrategias o alianzas.

4º- Creo que hay tres factores para que podamos navegar con el viento a favor

A) Nuestro gran aliado, el frío

B) La moda

C) Que las personas quieran distinguirse con una prenda de piel que les ofrece un valor añadido de belleza, calor, confort y color a la vez que seguridad en sus relaciones sociales y personales.



PABLO ALVAREZ DELGADO

Vicepresidente AEP

1º- Mis perspectivas de resultados al inicio de la temporada no han variado, teniendo en cuenta que ya se había iniciado el proceso de desconfianza, por parte de los consumidores, en las medidas adoptadas para frenar la caída del consumo, motivada por la inestabilidad de empleo.

2º- La incidencia en mi negocio de la situación económica que ha caracterizado el final de 2008 ha sido notable, toda vez que las medidas adoptadas por el gobierno no han impedido que las entidades de crédito hayan recortado o cancelado las líneas de crédito que en su momento me fueron concedidas con la aportación de unas garantías que en este momento se consideran insuficientes.

3º- Mis perspectivas para la próxima temporada se irán conformando a medida que se faciliten las posibilidades de obtención del crédito necesario para facilitar la flexibilidad de las operaciones de compra- venta, ya sea por vía de líneas de descuento, de efectos comerciales o de préstamos.

4º- La OEEP debería instar a la Administración para que:

- Las ayudas a las Pymes del Sector Empresarial Peletero se tramiten por vía de subvenciones directas, sin intervención de las entidades de crédito privadas
- Facilitara a la OEEP las subvenciones necesarias para promocionar nuestro Sector junto con el sector de la moda textil.

JORGE GUARDIOLA HAY

Asociado AEP

1º- Los tres primeros trimestres del 2008 indicaban que iba a ser un año fatídico para el sector Peletero. Tras varios años de inviernos cálidos e inmersos en la peor crisis económica de los últimos 70 años, la temporada 2008-09 podría ser el final para una gran masa de las empresas peleteras españolas.

Crisis económica, aumento del paro, una falta de liquidez absoluta, bombardeo de malas noticias en todos los medios de comunicación, hacían temer los peores presagios para la temporada de invierno. Pero como dice el refrán Dios aprieta pero no ahoga y por suerte el frío llegó como hacía mucho tiempo. Que yo recuerde jamás en los últimos 40 años hemos tenido un invierno que haya venido mejor en cuestión de clima. Comenzó el frío en Noviembre y no ha cesado hasta el momento (finales de Enero). Gracias a esto la temporada se ha salvado. No ha sido un año espectacular pero no podemos decir, por lo menos en mi caso, que el año se haya perdido.

2º- Sin lugar a dudas me atrevo a decir que, si no hubiera sido por la crisis económica que estamos padeciendo, y diciéndolo de una manera informal " nos habríamos salido".

"La piel está de moda y lo seguirá estando" y haciendo frío, se vende. Eso sí, haciendo las cosas bien. Ofreciendo moda y cuidando al cliente.

Y aunque suene mal, quiero decir que no hay mal que por bien no venga, en momentos como este se salvara el que haya hecho los deberes y que en momentos más

boyantes, con los pies en el suelo, se preparara para soportar momentos de dificultad como este.

3º- Ojala pudiera saberlo. Como todo el mundo sabe las previsiones para el 2009 son malas, muy malas y la recuperación en el 2010 está por ver.

Pero quien sabe. Igual la recuperación viene antes de lo previsto y el invierno del 2009 vuelve a ser tan frío como este. Yo por si acaso estaré preparado.

4º- En mi humilde opinión creo que se pueden hacer varias cosas:

- Educación: Seminarios y cursos.

- Compromiso: Apoyo gremial. No se puede dejar que desaparezcan cortadores, maquinistas, forradoras etc... Como está ocurriendo.

- Campañas publicitarias a favor del Peletero tradicional e innovador.

El intrusismo de las grandes cadenas y de las boutiques no nos ha beneficiado.

-Apoyar en la búsqueda de financiación para proyectos innovadores que engrandezcan al sector Peletero.

Dependemos de la moda, tenemos que estar de moda. No podemos quedarnos obsoletos. Y para esto debemos de fomentar la participación en desfiles de alta costura de los mejores modistos así como a los diseñadores noveles, piezas claves del futuro, patrocinando sus trabajos y sus ideas.



SAGA FURS