

Gli investimenti spingono i ricavi del tessile-moda verso i 100 mld

Confindustria Moda

Studio con il Censis

Chiara Beghelli

ROMA

Un settore industriale nel quale valore economico e valore culturale si incontrano e fondono come in nessun altro: non sono solo i numeri, ma anche il sentire dei cittadini a decretare il primato della moda italiana come fattore di crescita per l'economia del Paese, ma anche per la sua cultura e persino per il benessere individuale. È quanto emerge da una ricerca presentata ieri a Roma da **Confindustria Moda**, la federazione che riunisce le sette associazioni industriali italiane del settore Tessile Moda e Accessorio, e Censis: nel 2021 il Tma si è confermata la seconda industria italiana per numero di occupati, quasi 545mila addetti in 61mila imprese, con un fatturato prossimo ai 93 miliardi e un export i quasi 68 miliardi. Numeri importanti, appunto, ma che non rivelano tutto il suo valore immateriale, che trapela invece dalle statistiche. Come ha illustrato Massimiliano Valerii, direttore generale Censis, gli italiani sono senza dubbio convinti che il settore abbia un ruolo strategico per la ripartenza economica: il 95,7% ritiene infatti la moda una voce importante per il Pil del Paese, l'87,5% che sia fondamentale nel creare nuova occupazione e reddito. E il 55,4% degli italiani è convinto che la moda sia un elemento importante nella vita quotidiana delle persone, convinzione maggioritaria trasversalmente ai gruppi sociali.

Per il 64% i prodotti della moda contribuiscono a far star bene le



Simboli. L'evento Moncler che si è svolto a Milano durante l'ultima fashion week

persone con se stesse, migliorando l'autostima, aiutandole ad esprimere la propria personalità nelle relazioni con gli altri. E per il 68,8% degli italiani la moda produce cultura come l'arte, la danza, la musica, promuovendo parimenti lo sviluppo di un senso del bello. Il 51,9%, inoltre, riconosce l'impegno del settore nel perseguire la sostenibilità ambientale, il 48,1% ne apprezza l'impegno per la tutela dei diritti di lavoratori e fornitori, il 47,1% quello in materia di rispetto e tutela degli animali. E non ultimo, il ruolo di coesione sociale grazie alla capillarità delle imprese sul territorio e alla diffusione dei distretti produttivi, che alimentano la peculiare «biodiversità dell'imprenditoria della moda italiana», come l'ha definita **Ercole Botto Poala**, presidente di Confindustria

Ercole Botto Poala:

«Il settore crea ricchezza anche da un punto di vista sociale e culturale»

Moda, per un settore un grado «di creare ricchezza diffusa anche da un punto di vista sociale e culturale».

Ma, tornando ai numeri, un dato è particolarmente rivelatorio: con 6 miliardi di investimenti pubblici stanziati per il prossimo triennio, le imprese del Tma vedrebbero aumentare il valore della produzione a 65,1 miliardi di euro (11,1 miliardi in più rispetto all'assenza di interventi), il fatturato a 102 miliardi (+36,2% sul 2020 e 19,8 miliardi in più: quindi ogni euro investito ne genera oltre 3) e l'export a 85,6 miliardi (+56,8% di incremento per un valore di 24 miliardi). Interventi ai quali ha rinnovato sostegno anche il sottosegretario di Stato per la Cultura Lucia Borgonzoni, che ha ricordato i numerosi provvedimenti per il settore sul tavolo del governo, ma anche l'inizio dell'iter per la richiesta di riconoscimento della lavorazione orafa italiana nel patrimonio immateriale Unesco. Economia e bellezza che si alimentano a vicenda.

© RIPRODUZIONE RISERVATA