

## Camera della moda

La moda italiana a 102 miliardi  
ma la corsa dei ricavi rallenta — p.20

# La moda italiana verso i 102 miliardi ma la corsa dei ricavi rallenterà (+4%)

## Congiuntura

Il 2022 trainato dall'export,  
in salita del 19%, con boom  
da Usa, Corea ed Emirati

La fashion week di Milano  
si terrà dal 21 al 27 febbraio  
con 165 tra sfilate ed eventi

### Marta Casadei

La moda italiana celebra il 2022 con ricavi in crescita oltre le stime: il fatturato è salito del 18% a 98 miliardi di euro, contando i settori collegati come occhialeria, gioielli e beauty. E guarda al 2023 in modo positivo sì, ma senza entusiasmi: i ricavi saliranno oltre il muro dei 100 miliardi, ma l'incremento sarà "solo" del 4 per cento. È questo il quadro fornito dai Fashion economic trends (Fet) della Camera nazionale della moda italiana (Cnmi) che il prossimo 21 febbraio terrà a battesimo a Milano una nuova fashion week dedicata alle collezioni donna per l'autunno-inverno 2023-24. La stima, diffusa ieri in occasione della presentazione della settimana della moda donna, è in linea con le previsioni di **Confindustria moda**, che stimano il tessile-moda-accessorio oltre 100 miliardi già nel 2022. E non solo mette nero su bianco il fatturato di settore più elevato degli ultimi 20 anni, ma smentisce la possibilità di una brusca frenata nel quarto trimestre 2022, legata ai prezzi energetici.

«Il settore ha resistito alla congiuntura negativa crescendo più del previsto in termini di ricavi - ha detto Carlo Capasa, presidente di Cnmi - ma ci sono alcuni aspetti che vanno analizzati: i prezzi industriali, nella fi-

liera, sono cresciuti del 7,2% rispetto al 2021, spinti dagli incrementi del costo dell'energia. L'aumento dei prezzi al consumo, tuttavia, è stato molto più basso, pari all'1,5%, e anche inferiore all'inflazione media nazionale. Ciò significa che i brand hanno assorbito gli aumenti sui listini finali, rinunciando a parte dei guadagni». Nei primi 11 mesi dello scorso anno, secondo i Fet, la produzione al netto dell'inflazione è cresciuta dell'8% nei settori "core" della moda e del 14% nella gioielleria e nella bigiotteria.

A trainare i ricavi (e la produzione) sono state le vendite oltre confine: l'export 2022, secondo le stime, ha toccato quota 80,9 miliardi, in salita del 19% sul 2022. Nel dettaglio, nei primi 10 mesi, ha registrato una crescita più sostenuta nei Paesi extra Ue (+19,7%) rispetto a quella verso i Paesi dell'Unione europea (+18,2%). Merito delle performance particolarmente brillanti di tre mercati: Usa (+39,1%), spinti anche dal cambio euro-dollaro, Corea (+31,0%) ed Emirati (+34,2%). Nonostante la politica zero Covid abbia paralizzato la Repubblica popolare anche per tutto il 2022, l'export ha fatto segnare un +19,5 per cento.

Il saldo commerciale - considerando un incremento delle importazioni del 32,9%, con un picco del 54% dalla Cina e del 57% dall'Asia - è di 29,7 miliardi nel 2022 e supererà i 30 miliardi alla fine di quest'anno. Il settore moda allargato, dunque, si conferma capace di creare valore aggiunto per il Paese. Proprio per tutelarlo, secondo Capasa, bisogna lavorare su più fronti: «Per quanto riguarda l'energia possiamo dire che il *price cap* europeo abbia funzionato e speriamo che la stabilità permanga. Mentre abbiamo chiesto al Governo di agevolare sulle fusioni tra le piccole aziende della filiera, promuovere la digitalizzazione diffusa nei distretti proprio per supportare le Pmi

e intervenire portando a 1.200 euro il tetto del welfare detassato per arginare gli effetti dell'inflazione».

Come sempre accade la fashion week di Milano, in programma dal 21 al 26 febbraio, sarà un banco di prova importante per il settore. Che si mette in mostra a 360 gradi: nel calendario ufficiale della Cnmi sono infatti previsti 165 appuntamenti di cui 59 sfilate, di cui 54 fisiche e 5 digitali, 70 presentazioni, 7 presentazioni su appuntamento e 29 eventi. Con nomi noti - da Guccio Armani, passando per Fendi, Missoni, Max Mara e Ferragamo tra gli altri - ed emergenti come Marco Rambaldi, Tokyo James (sostenuto da Dolce&Gabbana) a Vitelli. Chiave la sinergia con il Comune di Milano che ha fornito, tra le altre, la nuova location del Fashion Hub dedicato ai giovani talenti, Palazzo Giureconsulti. «La moda è fondamentale per l'Italia e Milano città - ha detto il sindaco Beppe Sala - che si è imposta come hub di creatività proprio per la forza di questo settore che insieme al design rende Milano ambasciatrice di stile e bellezza nel mondo».

Sebbene la fashion week dia spazio a eventi dedicati ai temi della diversità e dell'inclusione - il 24 febbraio è in programma la prima edizione dei Black Carpet Awards - durante la conferenza di presentazione è andata in scena la protesta della designer e imprenditrice italo-haitiana Stella Jean, membro della Cnmi, che ha annunciato l'abbandono della fashion week (da parte del suo brand e del collettivo We are made in Italy, che riunisce gli stilisti neri che producono in Italia) e uno sciopero della fame per denunciare la poca inclusività della Cnmi che avrebbe ridotto il sostegno al collettivo Wami. Il presidente Capasa ha risposto di aver offerto a Wami uno spazio al Fashion Hub gratuitamente, ma che la proposta «è stata rifiutata».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**In passerella.** La sfilata Prada della collezione primavera-estate 2023: il marchio è tra i più ricercati del momento e la prossima sfilata donna sarà il 23 febbraio a Milano



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.