

Analisi

Il caro energia non frena la moda

Nel 2022 l'industria italiana ha resistito alle pressioni negative della congiuntura. Dopo un semestre a +20%, il quarto trimestre ha smentito le attese di un rallentamento portando il fatturato a oltre 98,3 miliardi (+18%). **Federica Camurati**

L'industria della moda tricolore prosegue la ripresa iniziata nel 2021. Dopo il +20% del primo semestre a cui è seguito un terzo trimestre ancora brillante ma in lieve rallentamento (+19%), i primi dati degli ultimi tre mesi hanno confermato per ottobre e novembre 2022 una crescita prossima al +20%, smentendo così le attese di una frenata netta per l'impatto dei prezzi dell'energia. L'effetto della crescita dei costi energetici, secondo le evidenze rilevate da Cnmi-Camera nazionale della moda italiana, si è riversato sui prezzi industriali lungo la filiera produttiva della moda, che sono aumentati del 7,1% nel 2022. L'aumento si è concentrato nei comparti con maggior uso di energia, quindi nella produzio-



Un laboratorio tessile

ne di fibre chimiche (+28,5%), filatura, tinture e finissaggi (+17,1%), tessiture (+11,3%) e cosmesi (+7%). Questi dati si confrontano con una crescita ge-

nerale dei prezzi dell'industria del +34% e del +13,8% dell'industria manifatturiera. Un aumento dei prezzi industriali che si è scaricato solo in parte sui prezzi al consumo. L'incremento si è infatti limitato in media d'anno all'1,5% contro una media dell'inflazione al consumo di +8,7% in media d'anno e 12,3% dicembre su dicembre. Nei comparti core della moda, quindi tessile, abbigliamento, pelle, pelletteria e calzature, la produzione, misurata al netto della crescita dei prezzi, è salita dell'8% nei primi undici mesi con un calo però nel settore delle tinture e finissaggio, particolarmente energivoro. I settori collegati della gioielleria e bigiotteria hanno invece assistito a una crescita importante (+14%). «Si deve però osservare che nel mese

di novembre si è avuto un leggero calo (-1%) per l'insieme dell'industria della moda», ha precisato Cnmi in un report. «Dopo la brusca caduta alla fine del primo trimestre seguita all'invasione dell'Ucraina, il clima di fiducia dei consumatori è sceso in Europa fino settembre, mentre da ottobre i dati mostrano una leggera ripresa, confermata anche dalle rilevazioni di gennaio». I preconsuntivi per l'andamento del fatturato 2022 per l'industria della moda sono positivi e sono stati rivisti al rialzo del +18% a oltre 98,3 miliardi di euro. Le incertezze geopolitiche ed economiche internazionale consigliano tuttavia una posizione prudente nelle previsioni 2023, con un profilo di stagnazione per il primo semestre e una ripresa nel secondo. L'anda-

mento dei prezzi presenta forti incertezze. Ipotizzando un'inflazione per i prodotti moda rispetto al secondo semestre 2022 attorno al 3%, si avrebbe un aumento dei consumi interni italiani in termini monetari di circa il 4,5%. Per quanto riguarda invece le esportazioni, la crescita negli Stati Uniti (+51,9%) e una ripresa dei consumi in Cina (+17,7%) fanno prevedere un incremento anche dell'export nella seconda metà dell'anno che compenserà una debolezza nel primo semestre. «Si può prudentemente stimare attorno al 4% a oltre 102,2 miliardi di euro la crescita del fatturato 2023, nell'ipotesi che lo scenario in corso d'anno non muti significativamente rispetto alle condizioni di gennaio», ha concluso Cnmi. (riproduzione riservata)

