

LA MODA MASCHILE ITALIANA NEL 2023-24 / PREVIEW

Nota a cura del Centro Studi di Sistema Moda Italia

Le performance sui mercati esteri nel 2023

La moda maschile italiana nel 2023 ha assistito ad una prosecuzione del trend positivo sul fronte delle vendite estere, mentre ha registrato una battuta d'arresto con riferimento all'import. Come indicano i dati ISTAT, l'export relativo al periodo gennaio-dicembre 2023 ha messo a segno un incremento del +6,5% sul 2022, per un totale di circa 9,5 miliardi di euro; mentre l'import ha palesato una flessione del -2,6%, calando a 6,9 miliardi di euro.

Con riferimento agli sbocchi commerciali, si sottolinea come sia le aree UE sia quelle extra-UE si siano rivelate favorevoli per il comparto, crescendo rispettivamente del +7,2% e del +6,0%. Il mercato UE copre il 45,7% dell'export totale di settore, mentre l'extra-UE risulta il maggior "acquirente", assorbendo il 54,3%. Analogamente, nel caso delle importazioni, dalla UE proviene il 48,2% della moda maschile in ingresso nel nostro Paese, mentre l'extra-UE garantisce il 51,8%, nonostante abbia registrato una perdita del -13,8% rispetto all'anno precedente.

Nel periodo in esame la prima destinazione del menswear made in Italy è risultata la Francia, in aumento del +16,8%, che ha raggiunto 1,1 miliardi di euro, pari al 12,2% del totale settoriale. Seguono Germania (a quota 10,3%) e Stati Uniti (con uno share del 9,3%), interessati entrambi da una dinamica positiva, rispettivamente pari al +0,4% e al +3,0%. La Svizzera - strategico hub logistico/commerciale per le principali griffe del settore - dopo la buona performance sperimentata nell'anno precedente (+14,1%), nel 2023 è scivolata al quarto posto a fronte di una dinamica negativa pari al -26,5%, che la porta a rappresentare il 7,7% delle vendite estere. La Cina, in crescita del +13,9%, ha raggiunto i 647 milioni di euro (6,8% sul totale); parallelamente, Hong Kong, in undicesima posizione, mostra anch'esso un aumento a doppia cifra dell'export italiano di comparto nella misura del +28,8%.

La Spagna, in sesta posizione, fa registrare un incremento del +9,9%; segue il Regno Unito che contrariamente ha presentato un calo del -3,4%. Troviamo poi Corea del Sud e Giappone che hanno sperimentato vivaci variazioni positive, pari rispettivamente al +18,1% e al +19,8%. Seguono i Paesi Bassi, che viceversa sono scesi del -1,5%, assicurandosi il 3,3% delle esportazioni di comparto.

Nel gennaio-dicembre 2023 l'export di menswear è cresciuto del +6,5%, di contro l'import è calato del -2,6%

Nel 2023 la prima destinazione del menswear italiano è risultata la Francia, seguita da Germania e Stati Uniti

Una performance positiva ha caratterizzato i principali mercati di sbocco. In controtendenza troviamo solo la Svizzera, il Regno Unito e i Paesi Bassi



Infine troviamo quattro destinazioni con un'incidenza compresa tra il 2,4% e l'1,5% del totale di settore, che evidenziano tutte un'importante crescita delle esportazioni italiane di moda uomo: si tratta di Polonia (in aumento del +21,2%), Russia (+44,0%), Austria (+0,7%) ed Emirati Arabi Uniti (+45,3%).

Tabella 1 - Moda Maschile^(*) italiana: il commercio estero per Paese
(Gennaio-dicembre 2023)

1) Importazioni				2) Esportazioni			
Paesi di origine	Mil. di Euro	Var. %	Quota%	Paesi di destinazione	Mil. di Euro	Var. %	Quota%
TOTALE	6 862	-2,6	100,0	TOTALE	9 527	6,5	100,0
<i>di cui:</i>				<i>di cui:</i>			
Intra UE27 post-Brexit	3 305	13,3	48,2	Intra UE27 post-Brexit	4 354	7,2	45,7
Extra UE27 post-Brexit	3 557	-13,8	51,8	Extra UE27 post-Brexit	5 173	6,0	54,3
<i>I primi 15 fornitori</i>				<i>I primi 15 clienti</i>			
Cina	837	-25,0	12,2	Francia	1161	16,8	12,2
Bangladesh	771	-22,1	11,2	Germania	980	0,4	10,3
Francia	585	15,1	8,5	Stati Uniti	884	3,0	9,3
Paesi Bassi	507	18,2	7,4	Svizzera**	735	-26,5	7,7
Romania	459	19,2	6,7	Cina	647	13,9	6,8
Spagna	435	3,2	6,3	Spagna	520	9,9	5,5
Belgio	364	20,5	5,3	Regno Unito	489	-3,4	5,1
Germania	359	15,3	5,2	Corea del Sud	430	18,1	4,5
Tunisia	306	1,9	4,5	Giappone	347	19,8	3,6
Turchia	280	-6,3	4,1	Paesi Bassi	318	-1,5	3,3
Pakistan	161	-12,3	2,3	Hong Kong	303	28,8	3,2
Svizzera**	149	51,6	2,2	Polonia	230	21,2	2,4
Albania	141	0,4	2,1	Russia	189	44,0	2,0
Bulgaria	138	12,2	2,0	Austria	170	0,7	1,8
Vietnam	132	-16,1	1,9	Emirati Arabi Uniti	145	45,3	1,5

Fonte: Sistema Moda Italia su ISTAT

(*) Nell'aggregato sono compresi i prodotti junior

(**) Da ritenersi in primis piattaforma logistico-commerciale

Relativamente alle importazioni, da gennaio a dicembre 2023, la Cina si è confermata il top supplier di moda uomo con un'incidenza del 12,2%, nonostante abbia accusato un decremento notevole (-25,0%). Anche il Bangladesh - rimasto in seconda posizione - ha registrato una dinamica negativa nella misura del -22,1%; seguito dalla Francia, che all'opposto presenta una crescita pari al +15,1%.

I dati dell'import di Cina e Bangladesh vanno comunque incrociati con quello dei Paesi Bassi, tradizionale porto d'ingresso per merci asiatiche, che ha rilevato un aumento del +18,2%, nonché con quello del Belgio, anch'esso con una dinamica positiva (+20,5%). La Romania, al quinto posto, si è incrementata del +19,2%, seguita dalla Spagna che ha contenuto la crescita al +3,2%.

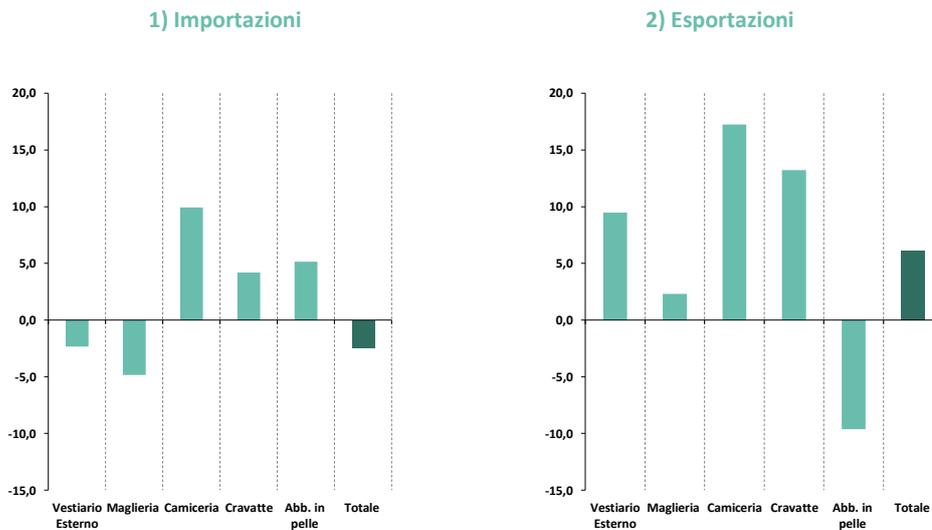
Nel 2023 la Cina, nonostante abbia accusato una flessione, si è confermata top supplier con una quota del 12,2% sul totale, seguita dal Bangladesh e Francia



Guardando al dato di interscambio non più per Paese ma per merceologia, si assiste a performance positive con riferimento all’export per tutti i prodotti, ad eccezione dell’abbigliamento in pelle, che ha presentato una flessione del -9,6%. Nel dettaglio, la camiceria ha registrato un aumento del +17,2%; seguono le cravatte con un +13,2%, l’abbigliamento confezionato e la maglieria che hanno palesato rispettivamente un +9,5% e un +2,3%.

In termini di prodotto, best performer è risultata la camiceria, con un export in aumento del +17,2%

Figura 1 - Moda Maschile italiana: il commercio estero per linea di prodotto
(Gennaio-dicembre 2023, variazione % tendenziale)



Fonte: Sistema Moda Italia su ISTAT

Nel caso delle forniture provenienti dall’estero, le importazioni di confezione e maglieria maschile sono arretrate rispettivamente del -2,3% e del -4,8%. Al contrario l’import di cravatte ha presentato un aumento del +4,2%, mentre abbigliamento in pelle e camiceria sono cresciuti del +5,1% e del +9,9%.

Milano, 14 maggio 2024

Pubblicazione a cura di Sistema Moda Italia - Federazione Tessile e Moda

La presente pubblicazione (di seguito “Documento”) è opera esclusiva ed originale di Sistema Moda Italia - Federazione Tessile e Moda (di seguito “SMI”), per il tramite di Tessile & Moda Service S.r.l. Unipersonale, impegnata in numerose attività aventi ad oggetto la tutela e la promozione degli interessi di categoria delle imprese dei settori aderenti. Tutto il materiale contenuto nel Documento, ivi compresi i testi, i loghi e i marchi relativi ai servizi offerti da SMI e i relativi elementi grafici e immagini, costituiscono proprietà intellettuale e industriale di SMI e, in quanto tali, sono protetti dalla legge.

Il presente Documento, realizzato per Pitti Immagine S.r.l., è destinato ad essere distribuito via posta, elettronica o ordinaria, e ne è espressamente vietata la riproduzione, l'utilizzo in qualsiasi modo e il trasferimento, totale o parziale, con qualsiasi mezzo, nonché l'estrazione e il riutilizzo totale o parziale del Documento e dei suoi contenuti, senza la preventiva autorizzazione scritta di SMI. Tutti i diritti d'autore sono riservati. Il Documento ha finalità puramente informative e non rappresenta né un'offerta, né una sollecitazione a effettuare alcuna operazione. Le informazioni, le opinioni, le valutazioni e le previsioni contenute nel Documento sono state ottenute o derivano da fonti che SMI ritiene attendibili, ma che non costituiscono in alcun modo una forma di garanzia, sia implicita sia esplicita, e di cui, pertanto, SMI non si ritiene responsabile.