

LA MODA MASCHILE ITALIANA NEL 2022-23 / PREVIEW

Nota a cura del Centro Studi di Confindustria Moda per



Le performance sui mercati esteri nel 2022

La moda maschile italiana nel 2022 ha evidenziato una performance positiva sui mercati esteri, proseguendo con il trend favorevole che si era già registrato nel 2021. Come indicano i dati ISTAT, l'export relativo al periodo gennaio-dicembre 2022 ha messo a segno un incremento a doppia cifra del +24,7% sul 2021, per un totale di circa 8,9 miliardi di euro; anche l'import ha palesato un aumento double-digit, +43,9%, passando a 7,0 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 +25,6% e del +24,0%. Il mercato UE copre il 45,4% dell'export totale di settore, mentre l'extra-UE risulta il maggior "acquirente", assorbendo il 54,6%. Analogamente, nel caso delle importazioni, dalla UE proviene il 41,4% della moda maschile in ingresso nel nostro Paese, mentre l'extra-UE garantisce il 58,6%.

Nel periodo in esame la prima destinazione del menswear made in Italy è risultata la Svizzera, in aumento del +14,1%, confermandosi così strategico hub logistico-commerciale per le principali griffe del settore; assorbe del resto l'11,2% del totale settoriale. Seguono Francia, a quota 11,1%, e Germania, a quota 10,9%, interessate entrambe da una dinamica positiva, rispettivamente pari al +29,8% e al +21,9%. Al quarto posto troviamo gli Stati Uniti, in virtù di un aumento molto sostenuto, ovvero pari al +68,6%, per un totale di 858 milioni di euro (9,6% sul totale). La Cina in crescita del +8,6% raggiunge i 568 milioni di euro (6,4% sul totale); di contro, Hong Kong, in undicesima posizione, mostra una flessione dell'export italiano di comparto nella misura del -3,6%.

Il Regno Unito, in sesta posizione, fa registrare un incremento su buoni tassi, ovvero +12,2%; seguono Spagna, Corea del Sud e Paesi Bassi che sperimentano vivaci variazioni, pari rispettivamente al +25,1%, +40,7% e +37,5%. Troviamo poi il Giappone, che registra un +8,7% assicurandosi il 3,2% delle esportazioni di comparto.

Seguono tre destinazioni - con un'incidenza compresa tra il 2,1% e l'1,7% del totale di settore - che evidenziano tutte una crescita delle esportazioni italiane di moda uomo: si tratta di Polonia (in aumento del +42,5%), Austria (+32,6%) e Belgio (+14,2%).

Nel gennaio-dicembre 2022 l'export di menswear è cresciuto del +24,7%, l'import del +43,9%

Nel 2022 la prima destinazione del menswear italiano è risultata la Svizzera, seguita da Francia, Germania e Stati Uniti

Una performance positiva ha caratterizzato i principali mercati di sbocco. In controtendenza troviamo solo Hong Kong e Russia



Tra i primi 15 “clienti” della moda maschile, oltre al già citato Hong Kong, solo la Russia è rimasta colpita da una flessione delle vendite: ha accusato un calo pari al -15,5%, coprendo così l’1,5% del totale.

Al di là del rimbalzo sul 2021, come visto molto sostenuto per quasi tutte le principali destinazioni, è opportuno rapportarsi con condizioni più normali di mercato, ovvero con i livelli pre-pandemici. I primi cinque mercati hanno ampiamente superato i livelli del 2019: la Svizzera del +21,8%, la Francia del +38,4%, la Germania del +33,5% e gli Stati Uniti del +34,7%. La Cina presenta una variazione addirittura del +63,0% sul 2019, che si traduce in quasi 220 milioni in più rispetto ad allora; un’eccedenza del +85,6% si rileva anche per le vendite in Corea del Sud.

I principali mercati di sbocco hanno superato i livelli del 2019...

Al contrario, Regno Unito e Giappone, nonostante i buoni risultati del 2022, restano inferiori rispettivamente del -40,0% e del -11,2% a confronto con i livelli del 2019: tali variazioni corrispondono in valore assoluto a -337 milioni di euro circa per il Regno Unito e a quasi -37 milioni per il Giappone.

...ad eccezione di Regno Unito, Giappone, Hong Kong e Russia

Maggior preoccupazione desta il mercato di Hong Kong: il calo del 2022, che fa seguito a quello del 2021, vede le esportazioni italiane inferiori del -34,5% rispetto a quelle del 2019 (circa 124 milioni in meno); similmente la Russia presenta una differenza del -25,1% (quasi 44 milioni).

Tabella 1 – Moda Maschile^(*) italiana: il commercio estero per Paese
(Gennaio-dicembre 2022)

1) Importazioni				2) Esportazioni			
Paesi di origine	Mil. di Euro	Var. %	Quota %	Paesi di destinazione	Mil. di Euro	Var. %	Quota %
TOTALE	7 042	43,9	100,0	TOTALE	8 943	24,7	100,0
<i>di cui:</i>				<i>di cui:</i>			
<i>Intra UE27 post-Brexit</i>	2 916	31,5	41,4	<i>Intra UE27 post-Brexit</i>	4 061	25,6	45,4
<i>Extra UE27 post-Brexit</i>	4 126	54,3	58,6	<i>Extra UE27 post-Brexit</i>	4 882	24,0	54,6
<i>I primi 15 fornitori</i>				<i>I primi 15 clienti</i>			
Cina	1115	67,2	15,8	Svizzera**	1000	14,1	11,2
Bangladesh	991	71,7	14,1	Francia	993	29,8	11,1
Francia	509	20,4	7,2	Germania	976	21,9	10,9
Paesi Bassi	429	44,5	6,1	Stati Uniti	858	68,6	9,6
Spagna	421	30,0	6,0	Cina	568	8,6	6,4
Romania	385	29,0	5,5	Regno Unito	506	12,2	5,7
Germania	311	52,4	4,4	Spagna	473	25,1	5,3
Belgio	302	45,1	4,3	Corea del Sud	364	40,7	4,1
Tunisia	300	28,5	4,3	Paesi Bassi	322	37,5	3,6
Turchia	299	48,3	4,2	Giappone	290	8,7	3,2
Pakistan	183	70,0	2,6	Hong Kong	235	-3,6	2,6
Cambogia	171	58,0	2,4	Polonia	190	42,5	2,1
Vietnam	157	33,7	2,2	Austria	168	32,6	1,9
Albania	141	21,7	2,0	Belgio	154	14,2	1,7
Bulgaria	123	55,5	1,8	Russia	131	-15,5	1,5

Fonte: Confindustria Moda su ISTAT

(*) Nell’aggregato sono compresi i prodotti junior

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



Relativamente alle importazioni, da gennaio a dicembre 2022 tutti i principali mercati di approvvigionamento hanno evidenziato vivaci trend positivi, superiori al +20%; la Cina è il top supplier di moda uomo con un'incidenza del 15,8% e registra un'importante crescita del +67,2%; seguono il Bangladesh - sceso in seconda posizione, sebbene in aumento del +71,7% - e la Francia, con un incremento del +20,4%.

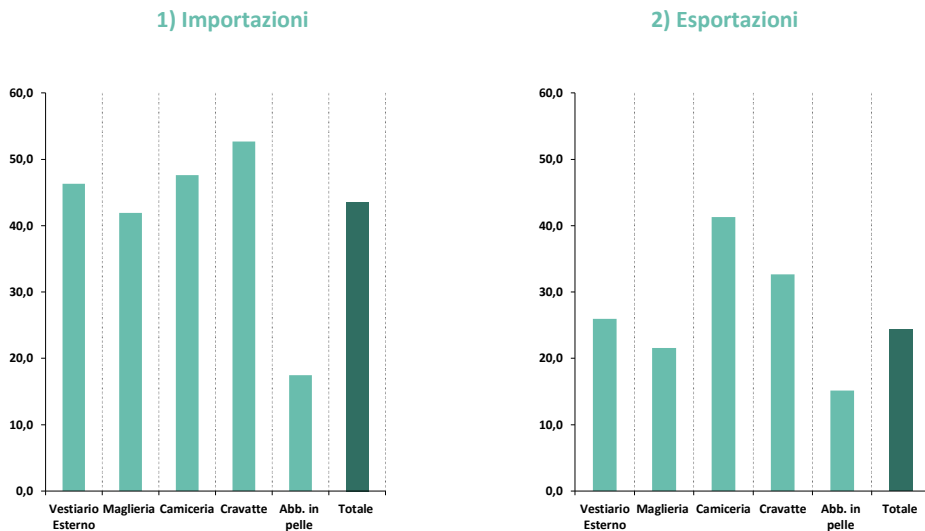
Decisamente sostenuti risultano gli incrementi delle importazioni da Paesi Bassi (+44,5%), Spagna (+30,0%), così come dalla Romania (+29,0%) e dalla Germania (+52,4%).

Guardando al dato di interscambio non più per Paese ma per merceologia, si assiste a ottime performance con riferimento all'export per tutti i prodotti, che registrano dinamiche positive double-digit. Nel dettaglio la camiceria presenta un aumento del +41,3%; seguono le cravatte con un +32,7%, l'abbigliamento confezionato e la maglieria che palesano rispettivamente un +26,0% e un +21,6%. Troviamo infine l'abbigliamento in pelle, in crescita del +15,2%.

Le importazioni evidenziano vivaci trend positivi per tutti i principali mercati

In termini di prodotto, best performer è risultata la camiceria, con un export in aumento del +41,3%

Figura 1 – Moda Maschile italiana: il commercio estero per linea di prodotto
(Gennaio-dicembre 2022, variazione % tendenziale)



Fonte: Confindustria Moda su ISTAT

Anche relativamente all'import, tutti i prodotti registrano variazioni positive a doppia cifra. Il ritmo più vivace, pari al +52,7%, interessa le cravatte; seguono camiceria e confezione, in aumento rispettivamente del +47,6% e del +46,3%. L'import di maglieria ha registrato una dinamica pari al +41,9%; infine l'abbigliamento in pelle cresce del +17,5%.

Firenze, 11 maggio 2023

Pubblicazione a cura di Confindustria Moda

La presente pubblicazione (in seguito Documento) è opera esclusiva ed originale di Confindustria Moda a favore della Federazione Tessile e Moda – SMI (per il tramite di Tessile & Moda Service - Soc. Unipersonale). Confindustria Moda è impegnata in numerose attività aventi ad oggetto la tutela e la promozione degli interessi di categoria delle imprese dei settori aderenti. Il presente Documento, realizzato per Pitti Immagine srl, è destinato ad essere distribuito via posta, elettronica o ordinaria, e non può essere ridistribuito, riprodotto, pubblicato o alterato in alcuna delle sue parti da soggetti non espressamente autorizzati. Tutti i diritti di autore sono riservati. Il Documento ha finalità puramente informative e non rappresenta né un'offerta né una sollecitazione ad effettuare alcuna operazione. Le informazioni, le opinioni, le valutazioni e le previsioni contenute nel Documento sono state ottenute o derivano da fonti che Confindustria Moda ritiene attendibili, ma che non costituiscono in alcun modo una forma di garanzia sia implicita sia esplicita e di cui, pertanto, Confindustria Moda e la Federazione Tessile e Moda non si ritengono responsabili.