

## LA MODA JUNIOR NEL 2023

Nota a cura di CONFINDUSTRIA MODA - Centro Studi per



### Commercio con l'estero nei primi sette mesi del 2023

Secondo le elaborazioni effettuate dal Centro Studi di Confindustria Moda per SMI - nei primi sette mesi del 2023 le vendite estere di moda bébé - se si circoscrive l'analisi al solo abbigliamento per neonati (per il quale si possono isolare le voci doganali di pertinenza e, quindi, i flussi commerciali con l'estero per Nazione), dopo la flessione registrata nel medesimo periodo dell'anno precedente (-11,7%) e continuata nel corso di tutto il 2022 (chiusosi con un calo del -6,2%), hanno subito un'inversione di tendenza. Da gennaio a luglio 2023 l'export di moda bébé torna a crescere ed archivia un incremento pari al +6,2%, portandosi, così, a poco più di 98 milioni di euro.

Con riferimento agli sbocchi commerciali si sottolinea che il mercato comunitario si è mantenuto in territorio negativo per il comparto, calando del -2,7%, mentre le aree extra-UE hanno messo a segno un aumento a doppia cifra, nella misura del +17,4%. Il mercato UE copre il 50,8% dell'export totale di abbigliamento per neonati, risultando seppur di poco il maggior "acquirente", mentre l'extra-UE assorbe il 49,2% delle vendite.

Nel periodo in esame la Spagna, con il 9,9% dell'export totale, si conferma la prima destinazione dell'abbigliamento per neonati, sebbene registri una perdita del -9,6%. Segue la Francia, anch'essa in flessione (-0,6%): nonostante il calo, riesce a sorpassare la Svizzera che, a seguito di un decremento del -22,7%, scende in terza posizione assicurandosi un totale di 8,2 milioni di euro (8,4% sul totale).

Troviamo poi, in virtù di un'eccezionale crescita, la Cina, che balza tra i primi paesi di destinazioni per la moda bébé: nei primi sette mesi dell'anno in corso arriva ad assorbire il 6,5% dell'export di comparto, per un totale di 6,4 milioni di euro. Variazioni importanti si registrano anche per gli Stati Uniti, il Giappone e l'Arabia Saudita, che detengono rispettivamente il 5,9%, il 2,4% e l'1,5% delle esportazioni di childrenswear.

Dinamiche vivaci si evidenziano per Romania, Bulgaria e Polonia, in aumento rispettivamente del +16,0%, +24,6% e +33,3%.

Nel gennaio-luglio 2023 l'export di moda bébé, dopo il calo del 2022, torna in territorio positivo e archivia un +6,2%

I primi tre paesi di destinazione dell'abbigliamento per neonati presentano delle variazioni negative...

...a differenza della Cina che in virtù di un'eccezionale crescita, balza tra i principali "clienti"

Pitti Immagine srl  
Via Faenza, 111 - 50123 Firenze  
T +39 055 369 31  
F +39 055 369 32 00  
www.pittimmagine.com

C.F., P.IVA e n° iscriz. Reg. imprese - Firenze: 03443240480 | Cap. Soc. 648.457 Euro interamente versato



Gli Emirati Arabi, che erano cresciuti di oltre il +260% nel periodo gennaio-luglio 2021 ma nei primi sette mesi del 2022 avevano perso il -51,3%, nel medesimo periodo dell'anno in corso segnano un modesto +0,7%.

In controtendenza rispetto al dato medio, tra i primi 15 "clienti" della moda bébé troviamo in undicesima e tredicesima posizione la Grecia e i Paesi Bassi, in calo del -25,0% e del -8,0%. Un'altra variazione negativa si registra per la Russia, in sedicesima posizione, che dopo la dinamica favorevole registrata nel gennaio-luglio 2022 presenta un decremento del -24,0%: va ricordato che per anni il mercato russo è stato il primo sbocco del childrenswear italiano. Flettono anche Austria (-1,2%) ed Hong Kong (-4,2%), entrambi con una quota inferiore al 2%.

Passando ora ad analizzare le importazioni dall'estero in Italia, sempre con riferimento al solo abbigliamento bébé, si evidenzia un aumento del +2,6%. La Spagna con 46,5 milioni di euro, pari a un'incidenza sul totale importato di comparto del 22,8% e una variazione positiva del +35,3%, diventa il primo supplier, sorpassando la Cina. Quest'ultima segna una flessione del -16,9%, per un totale di 35,5 milioni di euro. Il Bangladesh, terzo paese di approvvigionamento, perde il -24,8%; seguono Francia e Paesi Bassi, che mettono a segno importanti crescite: +62,2% la prima e +43,3% i secondi. I flussi provenienti dall'India e dalla Turchia archiviano, invece, un calo del -25,2% e del -19,9%; sono il sesto e settimo fornitore di comparto, pur detenendo un'incidenza sul totale import molto diversa: la prima rappresenta il 6,1% delle importazioni, mentre la seconda il 3,0%. Rimane stabile la Germania, ottava, che precede la Tunisia (-16,5%). Tra gli altri paesi della top 20 registrano una flessione il Belgio (in calo del -6,1%) e l'Armenia (con una perdita del -2,7%).

L'import di moda bébé cresce del +2,6%, la Spagna, sorpassando la Cina, diventa il primo supplier

### Indicazioni dal mercato italiano

Secondo le rilevazioni di Sita Ricerca effettuate per conto di SMI, da settembre 2022 a febbraio 2023 il sell-out di moda junior (accezione questa che comprende l'abbigliamento in maglia e tessuto per ragazzi/e di età tra 0-14 anni, intimo ed accessori inclusi) è cresciuto del +3,3% a valore e del +1,3% a volume. In particolare, in termini di spesa, il segmento 'bambino' ha guadagnato il +3,3%, il segmento 'bambina', strutturalmente preponderante, il +4,5%, mentre il neonato è calato del -0,4%.

Da settembre 2022 a febbraio 2023 il sell-out di moda junior in Italia guadagna a valore il +3,3% e a volume il +1,3%



Sotto il profilo temporale, la stagione Autunno/Inverno 2022-23 ha archiviato, come anticipato, una variazione positiva: a contribuire al trend favorevole sono stati i bimestri novembre-dicembre e gennaio-febbraio, in cui si è registrata una dinamica premiante. Contrariamente, nel bimestre iniziale della stagione (settembre-ottobre 2022) si è riscontrato un calo, che non è però riuscito a compromettere l'andamento complessivo.

Milano, 10 novembre 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.