

LA MODA MASCHILE ITALIANA NEL 2024

Nota a cura del Centro Studi di Sistema Moda Italia

Le performance sui mercati esteri nei primi sette mesi del 2024

La moda maschile italiana, nei primi sette mesi del 2024, ha rilevato un andamento dicotomico tra import ed export. Come indicano i dati ISTAT, le vendite estere relative al periodo gennaio-luglio 2024 si sono mantenute in territorio positivo, sebbene abbiano registrato una crescita più contenuta, pari al +2,7%, e raggiungono così i 5,5 miliardi di euro. Al contrario, sul fronte import, nei primi sette mesi dell'anno in corso, il menswear made in Italy mostra un calo medio del -10,1%, scendendo a 3,6 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 +1,5% e del +3,8%. Il mercato UE copre il 45,2% dell'export totale di settore, mentre l'extra-UE risulta il maggior "acquirente", assorbendo il 54,8%. Nel caso delle importazioni, dalla UE proviene il 49,8% della moda maschile in ingresso nel nostro Paese, mentre l'extra-UE garantisce il 50,2%. Guardando alla loro performance, entrambe le aree registrano un calo delle importazioni: il mercato UE perde il -3,3% e quello extra-UE il -16,0%.

Nel periodo in esame la prima destinazione del menswear made in Italy è risultata la Francia, che mette a segno un aumento a doppia cifra, nella misura del +11,1%; assorbe del resto il 12,8% del totale settoriale. In controtendenza rispetto al dato medio, troviamo, poi, la Germania (con una quota del 9,8%), che mostra una flessione del -3,5%; seguono gli Stati Uniti, con un'incidenza sull'export di comparto pari al 9,6%, interessati da una dinamica positiva (+3,4%). La Cina, grazie ad una crescita a doppia cifra del +37,2%, sale in quarta posizione, seguita dalla Spagna, che registra un incremento del +1,2%. La Svizzera, strategico hub logistico-commerciale per le principali griffe del settore, continua a perdere terreno e a fronte di un considerevole calo del -40,9%, scivola al sesto posto, assicurandosi 277 milioni di euro (5,0% sul totale). Si posiziona poi il Regno Unito (261 milioni di euro), che mostra una flessione del -8,2% dell'export italiano di comparto, seguito dal Giappone, che al contrario presenta un aumento double-digit (+15,8%).

Troviamo poi Corea del Sud, in flessione del -6,9%, e Hong Kong, che al contrario sperimenta un deciso incremento del +30,0%. I Paesi Bassi evidenziano un calo del -1,8%, mentre la Polonia rileva una dinamica positiva, nella misura del +12,7%, che le assicura il 2,5% delle esportazioni

Nel gennaio-luglio 2024 l'export di menswear è cresciuto del +2,7%, al contrario l'import è calato del -10,1%

Nei primi sette mesi del 2024 la prima destinazione del menswear italiano è risultata la Francia, seguita da Germania e Stati Uniti



di comparto. Russia ed Emirati Arabi Uniti, registrano incrementi su buoni tassi, ovvero +16,7% la prima e +34,2% i secondi; l’Austria palesa una variazione positiva ma con ritmi più contenuti, la sua incidenza sale così all’1,7% sul totale (corrispondente a 91 milioni di euro).

Relativamente alle importazioni, da gennaio a luglio 2024 i primi tre mercati di approvvigionamento hanno evidenziato entrambi trend negativi: il Bangladesh, top supplier di moda uomo con una quota dell’11,6%, mostra una flessione del -17,5%; segue la Cina, in seconda posizione, in calo del -23,2% e la Francia, che perde il -7,8%.

In controtendenza rispetto al dato medio troviamo Spagna e Paesi Bassi, in quarta e quinta posizione, in crescita rispettivamente del +24,7% e del +6,5%. Gli altri principali fornitori hanno evidenziato dinamiche negative, come la Romania, che rileva una contrazione del -18,1%, e la Germania, in calo del -2,4%. Peggiori risultano le variazioni delle importazioni dalla Tunisia (-16,8%), dal Belgio (-18,3%) e soprattutto dalla Turchia (-25,0%).

I primi tre mercati di approvvigionamento, Bangladesh, Cina e Francia presentano trend negativi...

...analogamente gli altri principali fornitori evidenziano flessioni, ad eccezione di Spagna e Paesi Bassi

Tabella 1 - Moda Maschile(*) italiana: il commercio estero per Paese
(Gennaio-luglio 2024)

1) Importazioni				2) Esportazioni			
Paesi di origine	Mil. di Euro	Var. %	Quota %	Paesi di destinazione	Mil. di Euro	Var. %	Quota %
TOTALE	3.563	-10,1	100,0	TOTALE	5.506	2,7	100,0
<i>di cui:</i>				<i>di cui:</i>			
<i>Intra UE27 post-Brexit</i>	1.773	-3,3	49,8	<i>Intra UE27 post-Brexit</i>	2.486	1,5	45,2
<i>Extra UE27 post-Brexit</i>	1.790	-16,0	50,2	<i>Extra UE27 post-Brexit</i>	3.019	3,8	54,8
<i>I primi 15 fornitori</i>				<i>I primi 15 clienti</i>			
Bangladesh	413	-17,5	11,6	Francia	707	11,1	12,8
Cina	359	-23,2	10,1	Germania	537	-3,5	9,8
Francia	331	-7,8	9,3	Stati Uniti	526	3,4	9,6
Spagna	280	24,7	7,9	Cina	445	37,2	8,1
Paesi Bassi	268	6,5	7,5	Spagna	297	1,2	5,4
Romania	221	-18,1	6,2	Svizzera**	277	-40,9	5,0
Germania	207	-2,4	5,8	Regno Unito	261	-8,2	4,7
Tunisia	156	-16,8	4,4	Giappone	224	15,8	4,1
Belgio	152	-18,3	4,3	Corea del Sud	223	-6,9	4,0
Turchia	129	-25,0	3,6	Hong Kong	205	30,0	3,7
Pakistan	89	-7,7	2,5	Paesi Bassi	183	-1,8	3,3
Albania	79	-7,0	2,2	Polonia	140	12,7	2,5
Svizzera	76	-17,3	2,1	Russia	116	16,7	2,1
Portogallo	71	26,2	2,0	Emirati Arabi Uniti	110	34,2	2,0
Vietnam	67	-13,0	1,9	Austria	91	0,6	1,7

Fonte: Sistema Moda Italia su ISTAT

(*) Nell’aggregato sono compresi i prodotti junior

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

Guardando al dato di interscambio di moda maschile non più per Paese ma per prodotto, si assiste ad una performance positiva con riferimento a tutti i prodotti, ad eccezione dell’export di cravatte, in calo del -6,1% rispetto ai primi sette mesi del 2023. L’abbigliamento in pelle registra l’aumento maggiore (+8,9%), seguito dall’abbigliamento confezionato e dalla camiceria,

In termini di prodotto, si assiste ad una performance positiva generalizzata con l’unica eccezione dell’export di cravatte



che crescono del +3,7% ciascuno. Sotto la media di comparto, ma sempre in territorio positivo, troviamo l’export di maglieria, che è aumentato del +1,1%.

Relativamente all’import, tutti i prodotti registrano variazioni negative, ad eccezione dell’abbigliamento in pelle, che si muove in controtendenza, e vede le importazioni crescere del +4,7%. La perdita più consistente, pari al -20,9%, interessa le cravatte; segue la confezione, in calo del -12,8%. Maglieria e camiceria presentano una dinamica negativa, ma migliore della media settoriale: la prima rileva un -8,5% e la seconda un -5,7%.

Figura 1 - Moda Maschile italiana: il commercio estero per linea di prodotto
(Gennaio-luglio 2024, variazione % tendenziale)



Fonte: Sistema Moda Italia su ISTAT

Il 2024 si profila come un anno di “sofferenza” per la moda in generale, ma anche per il menswear italiano. In un contesto di grandi incertezze, i maggiori timori, analogamente a quanto evidenziato nell’anno precedente, sono da ricondurre alla minor propensione all’acquisto dei consumatori, ai forti aumenti dei costi, al rallentamento di molte importanti economie, nonché alle tensioni geopolitiche legate sia ai diversi conflitti in atto sia a una serie di elezioni politiche chiave, come quelle europee del giugno scorso e quelle americane più recenti.

Milano, 13 novembre 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.