LA MODA MASCHILE ITALIANA NEL 2026

Nota a cura dell'Ufficio Studi Economici e Statistici di Confindustria Moda

Le performance sui mercati esteri nei primi sette mesi del 2026

La moda maschile italiana, nei primi sette mesi del 2026, ha registrato un andamento dicotomico tra import ed export. Come indicano i dati ISTAT, le vendite estere relative al periodo gennaio-luglio 2026 rilevano un incremento del +0,9% rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente, raggiungendo così i 5,4 miliardi di euro. Al contrario, sul fronte import, nei primi sette mesi dell'anno in corso, l'abbigliamento maschile Made in Italy scende a 3,5 miliardi di euro ed evidenzia una flessione media del -6,5%.

Nel gennaio-luglio 2026 l'export di menswear è cresciuto del +0,9%, al contrario l'import è calato del -6,5%

Dal punto di vista geografico, nel periodo gennaio-luglio emerge un incremento delle esportazioni di moda maschile italiana verso entrambe le macroaree: le vendite dirette ai Paesi dell'Unione Europea registrano una crescita del +1,7%, mentre quelle destinate ai mercati extra-UE contengono l'aumento al +0,2% e si confermano il principale "acquirente" per l'export di moda maschile italiana, assorbendo il 51,8% dell'export complessivo, contro il 48,2% riconducibile al mercato comunitario. Sul fronte delle importazioni, la dinamica risulta invece negativa per entrambe le aree: gli acquisti dai Paesi comunitari flettono del -5,2%, mentre quelli provenienti dai mercati extra-UE registrano un calo pari al -7,5%. In termini di incidenza, il 45,4% della moda maschile importata in Italia proviene dai Paesi dell'Unione Europea, mentre il restante 54,6% ha origine nei mercati extra-UE.

Nel gennaio-luglio 2026, la Francia mantiene il primato tra i mercati di sbocco della moda maschile italiana. Le esportazioni verso il Paese raggiungono 753 milioni di euro, con un incremento tendenziale del +5,5% e un'incidenza del 14,0% sul totale. Seguono gli Stati Uniti, che si confermano al secondo posto con un valore di 580 milioni di euro, pari al 10,8% dell'export complessivo, in crescita del +3,4%. La Germania, al contrario, registra una flessione del -4,3% e si colloca in terza posizione; il valore delle sue esportazioni è pari a 504 milioni di

Nei primi sette mesi del 2026, la Francia si è confermata la principale destinazione del menswear italiano, seguita dagli Stati Uniti e dalla Germania

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

euro, corrispondente ad una quota del 9,4%.

La Cina, quarta, rileva una crescita del +6,7%, sale così a 387 milioni di euro, pari al 7,2% circa delle esportazioni totali. Segue la Spagna che, a seguito di un incremento del +5,4%, raggiunge 329 milioni di euro. La Svizzera si posiziona al sesto posto, con 229 milioni di euro e una variazione lievemente positiva (+0,3%); il mercato elvetico mantiene così un ruolo significativo anche in virtù della sua funzione di hub logistico-commerciale per numerose griffe del settore.

Il Giappone si colloca subito dopo, con esportazioni pari a 228 milioni di euro, in diminuzione del -1,9%, e una quota del 4,2%. Segue il Regno Unito con 220 milioni di euro, in contrazione del -8,4%. La Polonia, con 192 milioni di euro e una quota del 3,6%, evidenzia invece un andamento favorevole, registrando una crescita del +5,3%. Segue Hong Kong, che si attesta a 187 milioni di euro, con un incremento del +2,5%, e i Paesi Bassi, che, al contrario, presentano un decremento del -2,2%.

Tra gli altri mercati, la Corea del Sud e gli Emirati Arabi Uniti registrano flessioni rispettivamente del -12,1% e del -6,9%. In controtendenza la Turchia cresce del +3,7%, mentre l'Austria chiude la graduatoria con un calo del -3,0%.

Tabella 1 - Moda Maschile(*) italiana: il commercio estero per Paese
(Gennaio-luglio 2026)

1) Importazioni

Paesi di origine	Mil. di Euro	*Var. %*	Quota %
TOTALE	3.517	*-6,5*	*100,0*
di cui:			
Intra UE27 post-Brexit	*1.598*	*-5,2*	*45,4*
Extra UE27 post-Brexit	*1.919*	*-7,5*	*54,6*
I primi 15 fornitori			
Bangladesh	430	*-15,6*	*12,2*
Cina	420	*-8,0*	*11,9*
Spagna	336	*5,4*	*9,6*
Paesi Bassi	263	*-2,4*	*7,5*
Francia	245	*-7,5*	*7,0*
Germania	200	*22,4*	*5,7*
Romania	169	*-22,7*	*4,8*
Tunisia	151	*6,4*	*4,3*
Pakistan	105	*-7,5*	*3,0*
Belgio	102	*-37,5*	*2,9*
Turchia	98	*-19,4*	*2,8*
Vietnam	82	*-0,9*	*2,3*
Albania	81	*6,9*	*2,3*
India	69	*-9,3*	*2,0*
Birmania	68	*11,6*	*1,9*

2) Esportazioni

Paesi di destinazione	Mil. di Euro	*Var. %*	Quota %
TOTALE	5.376	*0,9*	*100,0*
di cui:			
Intra UE27 post-Brexit	*2.589*	*1,7*	*48,2*
Extra UE27 post-Brexit	*2.787*	*0,2*	*51,8*
I primi 15 clienti			
Francia	753	*5,5*	*14,0*
Stati Uniti	580	*3,4*	*10,8*
Germania	504	*-4,3*	*9,4*
Cina	387	*6,7*	*7,2*
Spagna	329	*5,4*	*6,1*
Svizzera**	229	*0,3*	*4,3*
Giappone	228	*-1,9*	*4,2*
Regno Unito	220	*-8,4*	*4,1*
Polonia	192	*5,3*	*3,6*
Hong Kong	187	*2,5*	*3,5*
Paesi Bassi	178	*-2,2*	*3,3*
Corea del Sud	158	*-12,1*	*2,9*
Emirati Arabi Uniti	109	*-6,9*	*2,0*
Turchia	99	*3,7*	*1,8*
Austria	94	*-3,0*	*1,7*

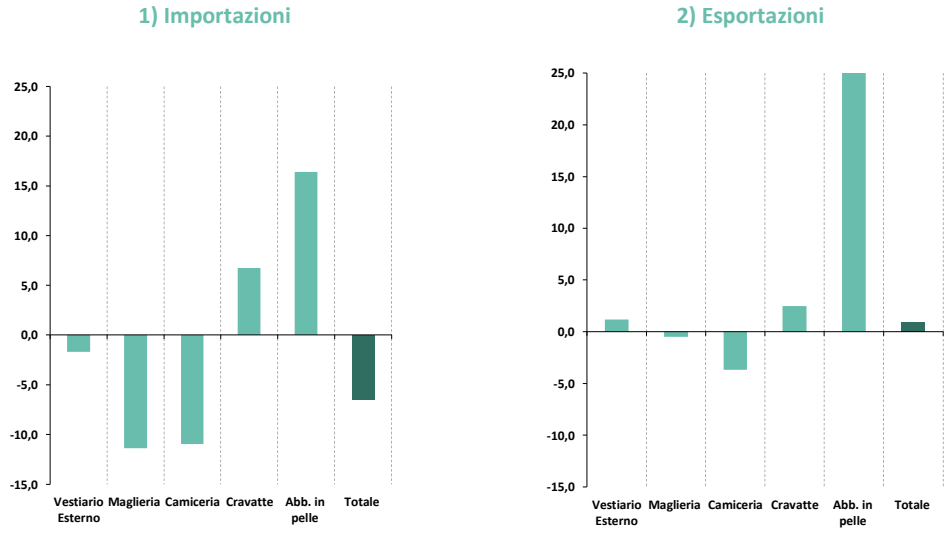
Fonte: Confindustria Moda su ISTAT
(*) Nell'aggregato sono compresi i prodotti junior
(**) Da ritenersi in primis piattaforma logistico-commerciale

Bangladesh e Cina, primo e secondo mercato di approvvigionamento presentano variazioni negative, al contrario la Spagna, terza, registra una crescita

Relativamente alle importazioni di moda maschile, nei primi sette mesi del 2026, il Bangladesh, nonostante una flessione tendenziale del -15,6%, si conferma il principale Paese fornitore, con un valore di 430 milioni di euro e una quota pari al 12,2% delle importazioni totali. La Cina, secondo fornitore, registra una contrazione del -8,0% e scende a 420 milioni di euro corrispondente all'11,9% del totale importato. In controtendenza, la Spagna evidenzia una crescita del +5,4%, collocandosi al terzo posto, con un'incidenza del 9,6%.

Seguono i Paesi Bassi e la Francia, che registrano variazioni negative rispettivamente del -2,4% e del -7,5%, con quote sul totale pari rispettivamente al 7,5% e al 7,0%. La Germania, al sesto posto, si distingue per un incremento del +22,4%, raggiungendo un peso del 5,7%. La Romania, con un valore complessivo di 169 milioni di euro, registra, invece, la flessione più marcata tra i principali fornitori (-22,7%). Segue la Tunisia, che segna una crescita del +6,4%, raggiungendo un valore di 151 milioni di euro, mentre il Pakistan mostra una contrazione del -7,5%, attestandosi a 105 milioni di euro. Ancora più marcato il calo del Belgio, pari al -37,5%, che porta il valore delle importazioni a 102 milioni di euro. Anche la Turchia registra una contrazione significativa (-19,4%), mentre il Vietnam evidenzia una diminuzione più contenuta (-0,9%), pur mantenendo un'incidenza del 2,3% sul valore complessivo delle importazioni di moda maschile. La stessa quota è attribuibile all'Albania che, al contrario, mostra una crescita (+6,9%). L'India, con un valore delle importazioni pari a 69 milioni di euro, registra una flessione del -9,3%. La Birmania chiude infine la graduatoria dei principali mercati considerati, evidenziando un incremento del +11,6%, che le permette di raggiungere una quota dell'1,9% sul totale delle importazioni di moda maschile.

Figura 1 - Moda Maschile italiana: il commercio estero per linea di prodotto
(Gennaio-luglio 2026, variazione % tendenziale)



Fonte: Confindustria Moda su ISTAT

Guardando al dato di interscambio della moda maschile non più per Paese ma per prodotto, nei primi sette mesi del 2026 le esportazioni evidenziano una dinamica complessivamente positiva. Si distingue nettamente l'abbigliamento in pelle, che registra un incremento del +25,1%, confermandosi il comparto più dinamico sul fronte estero. Seguono le cravatte, in aumento del +2,5%, e il vestiario esterno, che cresce del +1,2%. In controtendenza risultano invece la camiceria, che segna una flessione del -3,7%, e la maglieria, in lieve calo (-0,5%).

In termini di prodotto, si assiste a una performance positiva generalizzata con l'eccezione di maglieria e camiceria…

Sul fronte delle importazioni, il quadro complessivo è negativo, le flessioni più marcate interessano la maglieria esterna, in diminuzione del -11,4%, e la camiceria, che registra un calo del -11,0%. Anche la confezione maschile evidenzia una dinamica negativa, seppur più contenuta (-1,7%). Si differenziano invece le cravatte, con una crescita del +6,7%, e soprattutto l'abbigliamento in pelle, che segna un significativo incremento del +16,4%.

…mentre per l'import si segnalano aumenti solo per l'abbigliamento in pelle e per le cravatte

Il 2026 si apre per la moda, e in particolare per il menswear italiano, in un contesto internazionale ancora incerto, caratterizzato da una domanda debole e da prospettive di ripresa poco definite. Le tensioni geopolitiche e l'instabilità delle politiche commerciali alimentano l'incertezza dei mercati e frenano le decisioni di acquisto degli operatori commerciali, mentre l'aumento dei costi energetici continua a rappresentare un fattore di pressione per le imprese del settore.

Milano, 10 novembre 2026

Pubblicazione a cura di Confindustria Moda - Federazione Tessile e Moda
La presente pubblicazione (di seguito "Documento") è opera esclusiva ed originale di Confindustria Moda - Federazione Tessile e Moda (di seguito "Confindustria Moda"), 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 Confindustria Moda e i relativi elementi grafici e immagini, costituiscono proprietà intellettuale e industriale di Confindustria Moda 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 Confindustria Moda. 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 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 non si ritiene responsabile.