

Moda italiana senza rivali nella Ue

LO STUDIO

Un fatturato di quasi 95 miliardi, grazie a 67mila imprese che danno lavoro a circa 600mila persone: è il tessile-moda-accessorio

italiano, fotografato dalla prima edizione dello Stato della moda, che viene presentato oggi a Milano. Il confronto con l'Unione europea sancisce il primato per ricavi, export e valore aggiunto.

Giulia Crivelli — a pag. 10

Sistema moda

Dal fatturato all'export, tutti i numeri del primato Italia

«Lo Stato della Moda» è il titolo del report di Confindustria Moda che sarà presentato oggi a Milano: il settore vale 94,7 miliardi con quasi 600mila dipendenti



I dettagli dello studio a pagina 10

TESSILE-ABBIGLIAMENTO

L'impatto del settore. Lo studio di Confindustria Moda certifica i record della filiera per imprese, occupati e valore aggiunto

La moda italiana non ha rivali: ai vertici nel mondo

Giulia Crivelli

Alcuni numeri erano noti, almeno agli addetti ai lavori, anche grazie alla nascita, il 1° gennaio del 2018, di Confindustria Moda, la federazione che ha unito, dopo anni di avvicinamenti e trattative, le associazioni che rappresentano le diverse anime della galassia del tessile-moda-accessorio italiano (Tma). Un passaggio molto più che formale, perché la federazione guidata da Claudio Marenzi rappresenta l'intera filiera, dalla produzione e lavorazione delle materie prime ai prodotti finiti che vediamo sfilare o presentare durante le fashion week e le fiere di Milano o quelle di Firenze e Vicenza (per la gioielleria).

Presentazione a Roma e Bruxelles

Una galassia che solo ora trova una sua fotografia numerica precisa e molto articolata, grazie alla prima edizione de *Lo Stato della moda*. Lo studio viene presentato oggi a Milano e contiene la prefazione di Claudio Marenzi, contributi di Paola Bottelli e

Francesco Morace e, per quanto riguarda la parte strettamente economica, le analisi di Marco Fortis, direttore e vicepresidente della Fondazione **Edison**, forse l'economista che con maggior coerenza e determinazione si batte da anni per raccontare i punti di forza del made in Italy e dei distretti industriali. «Lo studio sarà presentato in Senato nelle prossime settimane, con una versione inglese, a Bruxelles», precisa Marenzi.

Ci sono ovviamente i numeri del Tma o sistema moda allargato (tessile, abbigliamento, pellicceria, conceria, pelletteria, calzature, ma anche oreficeria-gioielleria e occhialeria). Dati in parte noti, poiché relativi al 2017 (si veda ad esempio *Il Sole 24 Ore* del 20 settembre 2018), ma riaggregati e arricchiti. «I Governi precedenti e quello attuale hanno compreso l'importanza del settore – sottolinea Marenzi –. Non abbiamo mai chiesto misure assistenziali, ma di sostegno all'internazionalizzazione, ad esempio. Il 2018 si chiude in crescita, ma sappiamo quante nubi incombono sul commercio globale nel 2019 e dobbia-

mo fare ogni sforzo congiunto per contrastare la tendenza alla decrescita. Che non è mai felice».

Il fatturato 2017 del Tma è di 94,8 miliardi (+3,9% sul 2016), riconducibile a quasi 67mila imprese che danno lavoro a 583mila persone. Ciò che viene per la prima volta elaborato è il confronto interno con altri settori manifatturieri e quello esterno: dalla competizione con altri Paesi europei usciamo vincenti e, in molti casi, distanziando gli "avversari" in modo significativo.

Il valore aggiunto

Cruciale l'indicatore *valore aggiunto*, che necessita di una spiegazione tecnica, come riportato da Marco Fortis. De-



finiamo valore aggiunto la differenza tra il valore delle produzioni di beni e servizi (fatturato) e il valore dei beni e servizi "intermedi", quelli necessari per arrivare al prodotto finale. Dall'elaborazione di Fondazione **Edison** su dati Istat emerge che il Tma (escludendo oreficeria-gioielleria e occhialeria) è il quarto settore italiano per valore aggiunto dopo metallurgia, meccanica e alimentare, e primo nell'Unione europea, con il 35% del totale. Il contributo delle imprese italiane corrisponde a quello delle aziende tedesche, francesi, britanniche e spagnole messe insieme.

Vista la centralità del tema occupazione nell'attuale dibattito pubblico e politico, colpisce positivamente il peso del Tma: con quasi 600 mila addetti, è il secondo settore italiano per numero di occupati dopo metallurgia e prodotti in metallo e domina lo scenario europeo, con percentuali che superano di molto quelle degli altri Paesi fortemente presenti nel Tma (Germa-

nia, Polonia, Portogallo e Polonia).

I primati per prodotti e settori

Interessante poi il "medagliere internazionale", come lo chiama Fortis: su 1.004 prodotti del Tma, sono 372 quelli per i quali l'Italia si trova ai vertici mondiali per saldo commerciale con l'estero, per un totale di 34,7 miliardi. Le medaglie più preziose riguardano i prodotti per i quali il nostro Paese è al primo posto per saldo commerciale e tra questi ci sono: borsette a tracolla in pelle, occhiali da sole, scarpe in pelle con suola in cuoio, portafogli e cinture in pelle e tessuti pettinati in lana.

I numeri, relativi al 2017, dipingono un quadro molto positivo del Tma all'interno di un mondo globalizzato: l'Italia è prima per fatturato nella concia, seconda nell'occhialeria e pelletteria e nel Tma nel suo complesso, terza nelle calzature, quarta nella pellic-

ceria e quinta nell'oreficeria-argenteria-gioielleria. Posizioni conquistate in decenni di evoluzione industriale e distributiva e raggiunte grazie a visione e investimenti in innovazione.

Fattori sui quali si basa anche – conclude il rapporto – il potenziale dell'Italia nel "bello e ben fatto": da qui al 2023 la crescita dell'export dall'Italia verso i Paesi avanzati potrebbe essere del 23% (quasi 8 miliardi in più rispetto al 2017), mentre negli emergenti si arriverebbe al 40,2% (2,6 miliardi in più). Per categoria, sempre da qui al 2023, gli incrementi maggiori saranno quelli di pelletteria, calzature e occhialeria: verso i Paesi emergenti le percentuali saranno, rispettivamente, del 51,1%, 47,2% e 39,2%, mentre per i Paesi avanzati la pelletteria crescerà del 26,7%, le calzature del 25,7% e gli occhiali del 24,8%.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Da qui al 2023 l'export aumenterà a due cifre sia verso i mercati maturi sia verso i Paesi emergenti

I PRIMATI DEL SETTORE

94,842 mld

Fatturato del Tma (tessile-abbigliamento-accessori)

Il 57% viene dal tessile-abbigliamento, al secondo posto le calzature (15,1%), al terzo la pelletteria (7,8%)

582.571

Addetti del Tma

Distribuiti in 66.590 aziende, rappresentano il 15% sul totale degli occupati dell'industria manifatturiera italiana

61,756 mld

Export sul totale del fatturato

Nel 2017 il dato è cresciuto del 5,2%, con un miglioramento del saldo commerciale del 7,9%. La propensione all'export delle imprese è passata dal 64,3% del 2016 al 65,1%

27,712 mld

Saldo commerciale del Tma

Per valore è il secondo della manifattura italiana, superato solo dalla meccanica. Al terzo posto, con 11,633 miliardi, c'è il settore dei prodotti in metallo; al quarto posto il comparto dei mobile e arredo, con un saldo di 7,48 miliardi, un quarto del Tma

6,521 mld

Export verso la Francia

Il Paese è al primo posto come destinazione dei prodotti Tma vale il 10,6% del totale, seguono Svizzera, Stati Uniti, Germania e Hong Kong

6,809 mld

Import dalla Cina

Dal grande Paese asiatico arrivano in Italia prodotti Tma che valgono il 20% del totale. Seguono Francia, Germania, Spagna, Romania, Bangladesh, Turchia, Svizzera, Paesi Bassi e Belgio



Vetrina. Visitatori a Pitti Filati, la fiera semestrale che si tiene a Firenze, accanto a quelle dell'uomo e della moda junior. La prossima settimana a Milano inizia invece Milano Unica, dedicata ai tessuti di alta gamma



AL VERTICE DA UN ANNO
Claudio Marenzi, presidente di Confindustria Moda dal 1° gennaio 2018