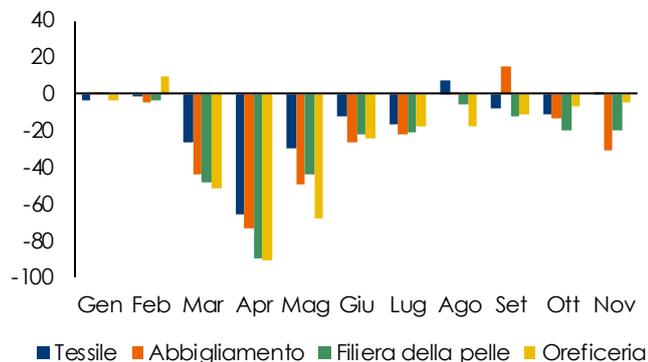


## Il sistema moda italiano nel post Covid

Le prospettive dell'economia mondiale continuano a essere fortemente condizionate dalla pandemia, dal suo grado di diffusione e dalle politiche di contenimento messe in atto dai governi. Il sistema moda si colloca tra le specializzazioni maggiormente colpite da queste misure, sia per la chiusura delle attività produttive in primavera, sia per i provvedimenti restrittivi che stanno tuttora interessando i canali distributivi.

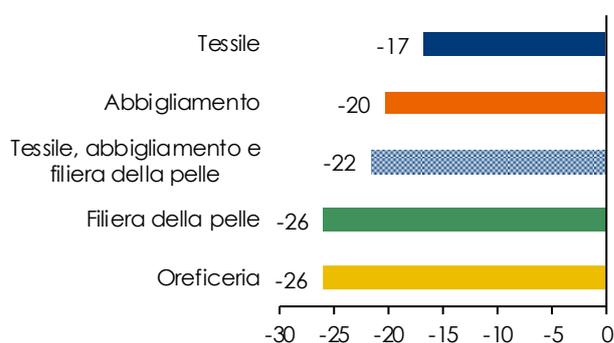
Dopo il **crollo del fatturato nei mesi primaverili**, causato dal blocco pressoché totale della produzione e dal marcato calo nei consumi, il settore ha sperimentato una **graduale ripresa**, sino ad avvicinare i livelli di fatturato del 2019 **nei mesi di agosto e settembre**, ad eccezione dell'oreficeria. Il riacutizzarsi della pandemia nei mesi autunnali e l'inasprimento delle misure per il contenimento hanno condizionato l'andamento nell'ultima parte dell'anno con un calo più marcato per il tessile, abbigliamento e pelletteria (-17% tendenziale medio dei tre comparti nei mesi di ottobre e novembre) rispetto all'oreficeria che invece ha mostrato un calo più contenuto (-6% nei mesi di ottobre e novembre) (Fig. 1). Complessivamente nei primi undici mesi del 2020 il fatturato del settore tessile, abbigliamento e filiera della pelle si è contratto del -22% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con oscillazioni che sono variate dal -17% dell'industria tessile al -26% della filiera della pelle, valore in linea anche con l'andamento registrato dall'oreficeria (Fig. 2).

**Fig. 1 – Evoluzione del fatturato mensile per comparto (variazione tendenziale % a prezzi correnti)**



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

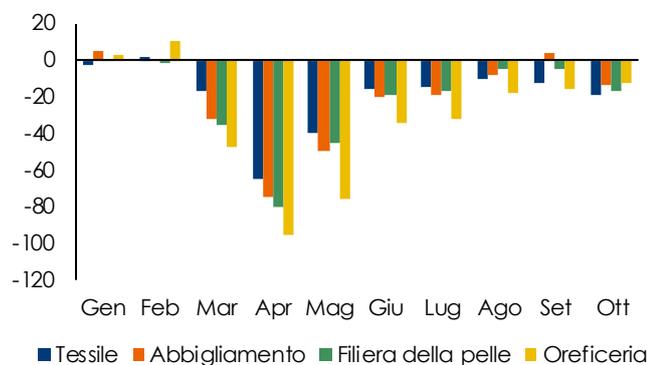
**Fig. 2 – Evoluzione del fatturato nel periodo gennaio-novembre per comparto (variazione tendenziale % a prezzi correnti)**



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

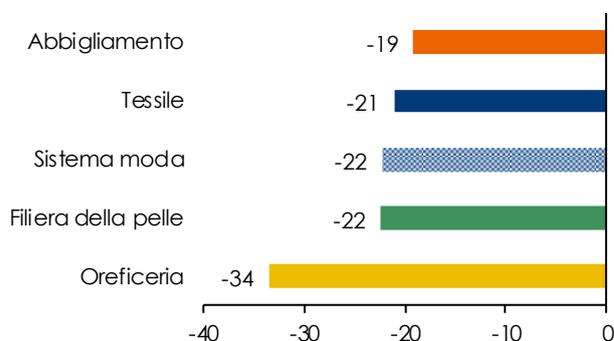
Anche sui mercati esteri si sono registrate contrazioni diffuse a tutti i settori e verso tutti i principali mercati di destinazione: complessivamente nei primi dieci mesi del 2020 il sistema moda ha segnato un calo nelle esportazioni del -22%. Dal punto di vista dell'evoluzione temporale si è assistito a una attenuazione delle perdite a partire da giugno in corrispondenza con la ripresa delle attività e degli spostamenti che ha addirittura visto anche il ritorno in positivo delle esportazioni dell'abbigliamento nel mese di settembre (+3,5% tendenziale). A ottobre si è assistito a un peggioramento nelle variazioni tendenziali per tutti i settori, ad eccezione dell'oreficeria che seppur negativa mostra un'attenuazione delle perdite rispetto a settembre, mentre a novembre il dato per tessile, abbigliamento e filiera della pelle è rimasto in territorio decisamente negativo, con un arretramento tendenziale pari al -14,8% (il dato per l'oreficeria non è ancora disponibile per il mese di novembre) (Fig. 3 e 4).

**Fig. 3 – Evoluzione delle esportazioni mensile per comparto (variazione tendenziale %)**



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

**Fig. 4 – Evoluzione delle esportazioni nel periodo gennaio-ottobre per comparto (variazione tendenziale %)**

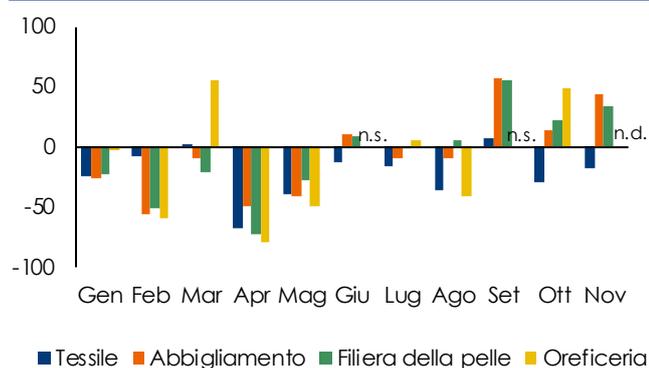


Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

In questo contesto va evidenziato come il sistema moda italiano, sia comunque riuscito a realizzare un ampio **avanzo commerciale, pari a circa 15 miliardi di euro nei primi dieci mesi dell'anno** (che salirebbe a 16,4 miliardi se si considerasse anche l'occhialeria).

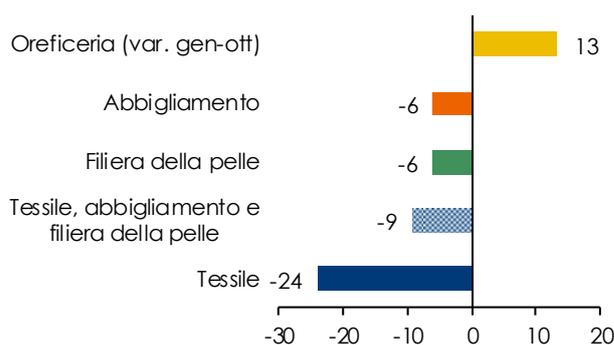
Dal punto di vista dei mercati di destinazione è importante sottolineare la capacità della filiera di cogliere la ripresa mostrata da quei mercati asiatici che si sono distinti per un contenimento maggiore della pandemia: in particolare le esportazioni verso **Cina e Corea** hanno rafforzato il rimbalzo dei mesi estivi, con delle crescite significative a settembre (+54% per la Cina e +11% per la Corea) e ottobre (+10% per la Cina e +7% per la Corea). L'evoluzione positiva sul mercato cinese è proseguita nel mese di novembre, con un progresso tendenziale pari al 29,3% e punte del +34,3% per la filiera della pelle e del +44,1% per l'abbigliamento. Grazie a questi straordinari risultati il bilancio del periodo gennaio-novembre è solo di poco negativo (-6%) per l'export di abbigliamento e filiera della pelle diretto in Cina (Fig. 5 e 6).

**Fig. 5 – Evoluzione delle esportazioni verso la Cina per comparto (variazioni % tendenziali)**



Nota: le variazioni per l'oreficeria di giugno e settembre non sono significative, mentre per novembre non sono disponibili. Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

**Fig. 6 – Evoluzione delle esportazioni verso la Cina nel periodo gennaio-novembre 2020 (variazioni % tendenziali)**



Nota: le variazioni dell'oreficeria si riferiscono al periodo gennaio-ottobre. Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

Quanto emerso a livello complessivo è evidente anche quando si passano ad analizzare i distretti. Le esportazioni dei distretti del Sistema moda, dopo il crollo dei mesi primaverili, hanno evidenziato un parziale miglioramento nei mesi estivi, senza però rimbalzi significativi. I livelli del terzo trimestre sono rimasti molto lontani da quelli dello scorso anno, mostrando un arretramento rispettivamente pari al -13,9% per i beni di consumo (abbigliamento, calzature, pelletteria, maglieria) e al -21,4% per i beni intermedi (tessile, concia). Sul settore pesano il maggior

orientamento delle famiglie verso acquisti essenziali in un contesto di riduzione dei redditi, il crollo del turismo che condiziona gli acquisti dei turisti in Italia e all'estero, nonché la diffusione dello smart working che penalizza il segmento formale di abbigliamento e calzature. In un contesto estremamente complesso per le imprese del settore, alcuni distretti sono riusciti a crescere nei mesi estivi, grazie a balzi delle esportazioni in Cina (Tessile e abbigliamento e Pelletteria e calzature di Arezzo), estesi a Stati Uniti e Russia nel caso della Maglieria e abbigliamento di Perugia. Non a caso, tra i principali mercati, solo in Cina i distretti della moda hanno chiuso il trimestre in aumento, con un balzo tendenziale dei valori esportati pari al 32,3%.

Sono molteplici le sfide che il sistema moda dovrà affrontare, dettate dalle nuove esigenze e dai diversi comportamenti che i consumatori stanno mostrando. I processi di acquisto sono sempre più orientati verso esperienze multicanali con interrelazioni continue tra negozi e online; inoltre, i consumatori mostrano una maggior attenzione verso i temi della sostenibilità, della trasparenza e dell'impatto ambientale. Le leve sulle quali le imprese dovranno concentrare i propri sforzi possono essere ricondotte a tre filoni principali: la **digitalizzazione** per garantire un approccio integrato dell'intero processo produttivo e distributivo; gli **investimenti green** per realizzare modelli in grado di ridurre gli impatti ambientali (esempio scelta dei materiali, confezionamento, trasporto); la valorizzazione del **capitale umano** a tutela del saper fare e delle competenze presenti e per accompagnare la transizione tecnologica e green delle imprese.

La crisi generata dalla pandemia ha in parte accelerato alcuni trend già in atto e ha fatto emergere nuovi bisogni, con la necessità di integrare e rivedere l'organizzazione aziendale con nuovi modelli di business. Per la ripresa del settore sarà fondamentale vincere le sfide poste dal nuovo scenario internazionale, **rilanciando gli investimenti** e, al contempo, **preservando le competenze e il "saper fare"** che hanno reso competitivo e unico il sistema moda italiano.