

Sfilate di Milano, il traino dell'export fa tornare la fiducia

Giulia Crivelli a pag. 41



Pre-consuntivo 2019. Il presidente della Camera della moda Carlo Capasa sottolinea i punti di forza di Milano: è all'avanguardia su sostenibilità ambientale e sociale, trasparenza e richiesta di regole a livello europeo ed è sempre di più esempio di inclusività e valorizzazione delle diversità

Traino export (+5% a 54 miliardi) e ottimismo in vista per le sfilate

Giulia Crivelli

Non può essere un caso se il tessile-moda sarà uno dei pochi settori italiani a chiudere il 2019 con un segno positivo e un cauto ottimismo per il 2020, a differenza (si veda Il Sole 24 Ore di ieri) di molti comparti manifatturieri strategici per il nostro Paese, in particolare del nord. Non solo: chiuderà in positivo migliorando le previsioni fatte appena tre mesi fa, in occasione della fashion week donna di Milano. Tre mesi durante i quali lo scenario economico e geopolitico globale si è ulteriormente complicato e che avrebbe fatto temere il peggio anche per un settore globalizzato come il tessile-moda made in Italy. Che invece resiste, grazie alla forza delle imprese ma forse soprattutto per la capacità di intercettare le istanze della società.

Le previsioni per il 2019

Il quadro lo ha delineato Carlo Capasa, presidente della Camera della moda, presentando la fashion week dedicata all'uomo, che si terrà a Mi-

lano dal 10 al 14 gennaio, raccogliendo il testimone dal Pitti di Firenze (7-10 gennaio). «L'export del terzo trimestre e dei primi nove mesi nel loro complesso ha portato in positivo anche l'andamento complessivo», ha spiegato Capasa a Palazzo Reale, dove la Camera della moda ha allestito importanti mostre e dove, grazie a una collaborazione con il Comune di Milano, hanno avuto la possibilità di sfilare numerosi giovani creativi. «Possiamo quindi rivedere verso l'alto le previsioni per la chiusura del 2019: passiamo da un leggero segno negativo a un segno positivo: +0,1% per il tessile-moda, +0,3% se si comprendono gioielli, bigiotteria, cosmesi e occhiali – ha specificato Carlo Capasa –. In valore, arriveremo rispettivamente a oltre 67 miliardi per il tessile-moda e a quasi 90 con il perimetro allargato. Il traino e l'importanza dell'export è evidente: per il tessile-moda crescerà del 5% a 54,3 miliardi, per il tessile-moda-accessori del 4,2% a oltre 70 miliardi».

Espansione da est a ovest

Tutti positivi i principali mercati di sbocco della moda italiana, guardando al periodo gennaio-settembre: +10,8% il Giappone, +15,7% la Corea, +7,8% gli Stati Uniti, +5,5% la Francia e +5,2% la Cina. Dati confortanti ai quali si sommano flussi crescenti verso la Svizzera, piattaforma logistica centrale per l'export verso gli Stati Uniti, il resto d'Europa e l'Asia. In aumento persino il Regno Unito (+6,8%), nonostante le incertezze legate al tema Brexit. E tra le novità della fashion week di gennaio c'è la collaborazione con il British Fashion Council, testimoniata da eventi e dalle sfilate di Stella McCartney e Alexander McQueen.



Peso: 1-1%, 41-34%

Le ragioni della resilienza

Non può essere un caso, dicevamo all'inizio, se l'andamento della moda italiana (e quello dell'uomo in particolare) sfida lo scenario negativo che avvolge il mondo intero. Negli Stati Uniti si viaggia verso la piena occupazione, l'economia sembra in buona salute ma l'incertezza politica è massima e il Paese appare diviso come mai prima d'ora. In ogni altra parte del mondo alle incognite politiche (si pensi a Spagna, Israele, Algeria) si aggiungono le difficoltà economiche, che si trasformano in inquietudini sociali. Per usare un eufemismo, visto che in Sud America,

Medio Oriente e Asia le persone stanno scendendo in piazza nonostante la crescente violenza della repressione. L'Europa non è immune: con la Francia paralizzata da uno sciopero e la Germania in recessione. Consoliamoci con la moda, sembra concludere Capasa, non solo perché il settore è volano economico e di immagine del Paese, ma perché sta interpretando il vento di cambiamento che viene dalle generazioni più giovani.

Sostenibilità e istanze sociali

Capasa ha ricordato l'impegno sulla sostenibilità ambientale e sociale, in cui Milano è palesemente più avanti di Parigi, rivale da sempre. «È una

competizione sana e su temi come la tracciabilità e la trasparenza delle attività sul web, dall'e-commerce agli influencer, a Bruxelles lavoriamo fianco a fianco con i francesi – conclude Capasa –. Sulla sostenibilità ambientale però siamo i più attenti e puntiamo a garantirla per l'intera filiera. Il prossimo traguardo, altrettanto ambizioso, è dimostrare che la moda può interpretare lo *Zeitgeist* non solo nella tutela del pianeta, ma anche per l'inclusione sociale e la difesa delle minoranze. Non dobbiamo avere paura di considerarci rivoluzionari dal punto di vista culturale e sociale: in fondo lo siamo sempre stati».

I RECORD**77****Collezioni per l'A-I 20-21**

Il 37% in più rispetto alla fashion week uomo del gennaio 2018

100**Sfilate, eventi, presentazioni**

La crescita in questo caso è del 27% rispetto a un anno fa

15**Designer emergenti**

Ospitati da «London Showrooms», 5 sono italiani, 10 britannici

Tra le novità, la presenza del British Fashion Council e gli show di Stella McCartney e Alexander McQueen

Sfilata-evento. La collezione Ermenegildo Zegna XXX per la primavera-estate 2020, presentata a Milano nel giugno scorso



Peso: 1-1%, 41-34%