

# PAMBIANCONews

HOME NEWS ▾ SUMMIT ▾ FOCUS ▾ EDITORIALI VIDEO MAGAZINE HUB



## Sarà un 2025 di “tenuta e continuità” per la moda italiana. Nel 2024 export a +2,5%

Di Redazione — 05 Feb 2025



Collezione P/E 2025 donna di Emporio Armani, ph. Launchmetrics/Spotlight

Si preannuncia un 2025 di “tenuta e continuità” quella della moda italiana, sostenuto da un quarto trimestre 2024 in leggera ripresa, caratterizzato dalla “performance meno negativa dell’intero anno”. A sottolinearlo è il presidente di Cnmi **Carlo Capasa** nel corso della conferenza di presentazione della Milano fashion week. Per quanto ancora provvisori, i dati del Q4 consentono di confermare un calo generale del 5,3% a quota 96 miliardi

“Negli ultimi mesi dell’anno per alcuni indicatori i dati sono rimasti negativi ma in via di stabilizzazione, come per il fatturato il cui andamento (-4,2% rispetto allo stesso periodo del 2023) è stato il meno negativo di tutto l’anno”, si legge nella nota dedicata. Il mix delle dinamiche settoriali non è però cambiato: a soffrire maggiormente nel quarto trimestre sono i principali settori (tessile, abbigliamento pelle, pelletteria e calzature) con un calo del fatturato del -7,7%, mentre risultano in crescita sui ritmi di inizio 2024 i settori ‘collegati’ (come beauty, occhialeria, gioielleria e bigiotteria). Il comparto dei gioielli rimane inoltre quello con la crescita più sostenuta, con un +8,2% registrato nel quarto trimestre.

“Questa è una crisi momentanea. Abbiamo proposto misure come la rateizzazione e la cassa integrazione per le aziende con meno di 15 dipendenti, affinché nessuna impresa sia costretta a chiudere e nessun lavoratore debba lasciare la filiera. La crisi attuale è legata a un calo momentaneo dei consumi in Cina e può essere considerata passeggera. Stiamo avanzando richieste al Governo – ha ricordato Capasa – per rafforzare le piccole aziende e aiutarle a superare con resilienza questa fase. Dobbiamo fare il possibile per aumentare il numero di persone impiegate nella manifattura della nostra industria. Si parla molto di intelligenza artificiale, ma la realtà è che abbiamo ancora bisogno di molte risorse umane, anche per gestire le nuove tecnologie”.

Positivo sarà l’impatto della settimana sul capoluogo lombardo: secondo le stime di **Confcommercio Milano**, Milano Moda Donna, in programma dal 25 febbraio al 3 marzo, genererà un indotto di 185 milioni di euro. “Per Milano la manifestazione rappresenta un beneficio significativo, che ci garantisce possibilità di competere con le altre mete internazionali”, evidenzia **Alessia Cappello**, assessora allo Sviluppo Economico e Politiche del Lavoro. “Stiamo attraversando un periodo complesso, segnato da transizioni ambientali e da un contesto geopolitico che impatta sui mercati di riferimento – aggiunge **Lorenzo Galanti**, direttore generale di **Ice** -. Tuttavia, la moda italiana è presente e attenta ai temi cardine del settore, come la sostenibilità, investendo in filiere responsabili e materiali innovativi, nel rispetto di processi etici. Il nostro ruolo si concretizza nell’attrarre buyer da tutto il mondo, mentre lo scenario politico ci spinge sempre più a presidiare nuovi mercati, spesso meno maturi ma ricchi di opportunità”.

Tra gli appuntamenti più importanti della settimana dedicata al womenswear, che conta in totale ben 54 sfilate fisiche e cinque appuntamenti digitali per un totale di 153 appuntamenti (“ma che nelle ultime settimane cresceranno rispetto alle presentazioni”, specifica Capasa) si evidenziano importanti anniversari, come il centenario di **Fendi**, il 30esimo anniversario di **Dsquared2**, i 60 anni di **K-Way** (tutti e tre allestiranno uno show uomo e donna), il 50esimo di **Santoni** e una tripletta di debutti: **Lorenzo Serafini alla direzione creativa di Alberta Ferretti**, **David Koma al timone stilistico di Blumarine** nonché il **ritorno di Alberto Caliri** a capo delle collezioni moda di **Missoni**. Come già anticipato, a dare il calcio d’inizio alla manifestazione ci sarà di **Gucci**, tornato per l’interno anno al formato co-ed dopo la scelta dello scorso novembre. Mentre in chiusura, la domenica, si conferma **Giorgio Armani**.

Sono presenti inoltre per la prima volta nel calendario sfilate **Francesco Murano**, **Fiorucci**, che aveva debuttato in **passerella off schedule** la scorsa stagione, **Giuseppe di Morabito**, **Institution by Galib Gassanoff**, **J.Salinas**, **K-**

Uomo, **Msgm** ritorna nel calendario delle passerelle femminili. **Bottega Veneta** per questa edizione, in attesa della sfilata debutto di **Louise Trotter**, ha scelto di essere presente con un evento: una performance nel nuovo headquarter del brand, Palazzo San Fedele, in partnership con **Casa Mollino**.

Dopo un'edizione di Milano Moda Uomo piuttosto scarica di sfilate (dove i player hanno principalmente puntato sul 'fattore show'), i défilé co-ed nel calendario donna sono di conseguenza numerosi, oltre a quelli precedentemente citati compaiono **Antonio Marras, Avavav, Bally, Diesel, Ferragamo, Ferrari, Iceberg, Jil Sander, Marni, MM6 Maison Margiela**, già **guest del recente Pitti Uomo**, **Onitsuka Tiger, Sunnei** e **Versace**.



Invia



Condividi



Invia

### Conferenza Salone Del Mobile 2025

05:21

Currently Playing   
Salone del Mobile 2025, oltre 2m...



Salone del Mobile 2025  
2mila espositori (38% d  
DESIGN



Paul & Shark porta la riv  
francese a Milano e spir  
retail  
PAMBIANCOTV



Lo charme di Pierre-Loi  
approda alla Milano fas  
PAMBIANCOTV