



# IL SISTEMA MODA

MILANO • MONZA BRIANZA • LODI



CAMERA DI  
COMMERCIO  
MILANO  
MONZABRIANZA  
LODI



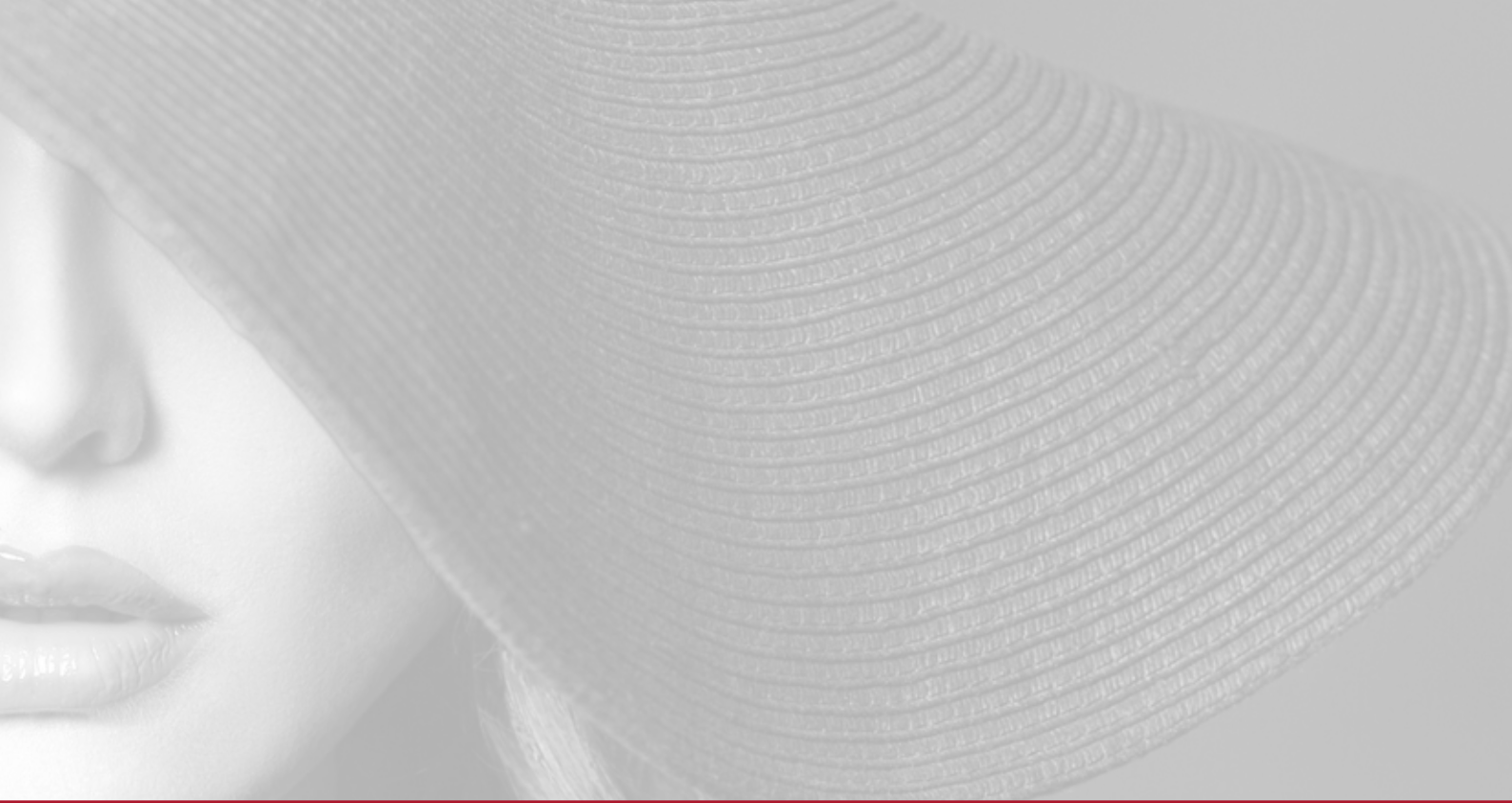
■ *La moda è il settore che meglio connota Milano, passaporto del nostro made in Italy nel mondo. Un sistema che conta un manifatturiero di grande qualità, costellato di alcuni dei marchi più famosi e ricercati a livello internazionale, ma che è fatto anche di piccole sartorie e laboratori artigianali, in grado di dare unicità ai capi confezionati. Tessile, abbigliamento, pelletteria, calzature e accessori: questo il perimetro di un comparto trainante per l'economia dell'intero Paese, grazie all'eccellenza delle sue imprese, all'occupazione creata e al contributo fornito alla nostra bilancia commerciale.*

*Un universo produttivo e creativo, capace di attirare visitatori e buyer da ogni parte del mondo, richiamati dal glamour delle Settimane della moda e dal ricco palinsesto di eventi che vi ruota attorno, senza dimenticare il ruolo catalizzatore delle fiere internazionali di settore.*

*Ma la fashion industry di Milano è anche il ricco e articolato mondo del retail, fatto di showroom e negozi monomarca, i più famosi dei quali*

*concentrati nel cosiddetto Quadrilatero della moda, senza tralasciare le molte altre vie commerciali che contribuiscono ad arricchire e diversificare l'offerta della città.*

*Un comparto che è dunque imprese e lavoro, export e fatturato, stile e show business, ma anche formazione: Milano vanta, infatti, alcune istituzioni uniche nel loro genere, che richiamano studenti da tutti i Paesi, pronti a imparare i segreti della sartoria, dei materiali e del design e ad affinare il proprio gusto estetico, muovendosi in un contesto stimolante dal punto di vista culturale, circondati di arte e bellezza.*



# SOMMARIO

<b>1. LA STRUTTURA E L'ANDAMENTO DELLE IMPRESE DELLA MODA</b>	<b>6</b>
<b>2. IL FATTURATO DELLA MODA</b>	<b>12</b>
<b>3. L'INTERSCAMBIO ESTERO</b>	<b>16</b>
<b>4. IL VALORE DELLO SHOPPING</b>	<b>22</b>









# **LA STRUTTURA E L'ANDAMENTO DELLE IMPRESE DELLA MODA**

## LA STRUTTURA E L'ANDAMENTO DELLE IMPRESE DELLA MODA

Il settore moda conta oltre 13mila imprese operanti nelle tre province di Milano Monza Brianza e Lodi, per la gran parte (83%) ubicate nel capoluogo ambrosiano, riconosciuto a livello internazionale come capitale indiscussa della moda italiana. Si tratta di un comparto poco numeroso, che raggruppa il 3,4% delle imprese locali (percentuale che sale al 13% se si considera il solo segmento manifatturiero) e quasi il 7% del totale nazionale, ma che in termini di fatturato generato e valore dell'export si conferma strategico per la nostra economia.

Tuttavia, esso è sottoposto da tempo a un processo di ristrutturazione che ha determi-

nato un costante calo del numero delle imprese operanti, in particolare nella componente della distribuzione al dettaglio, ma la contrazione è stata forte anche nel manifatturiero, che più in generale sta subendo un costante ridimensionamento nel nostro territorio. A pagarne le spese sono state soprattutto le micro-realtà produttive, maggiormente esposte alla competizione internazionale.

Nel periodo 2010-2022 possiamo infatti osservare una flessione che ha raggiunto le due cifre (-13,2% la variazione delle imprese attive; -11,6% a Milano), su cui ha inciso negativamente l'andamento del 2020, come noto fortemente condizionato dallo scoppio della

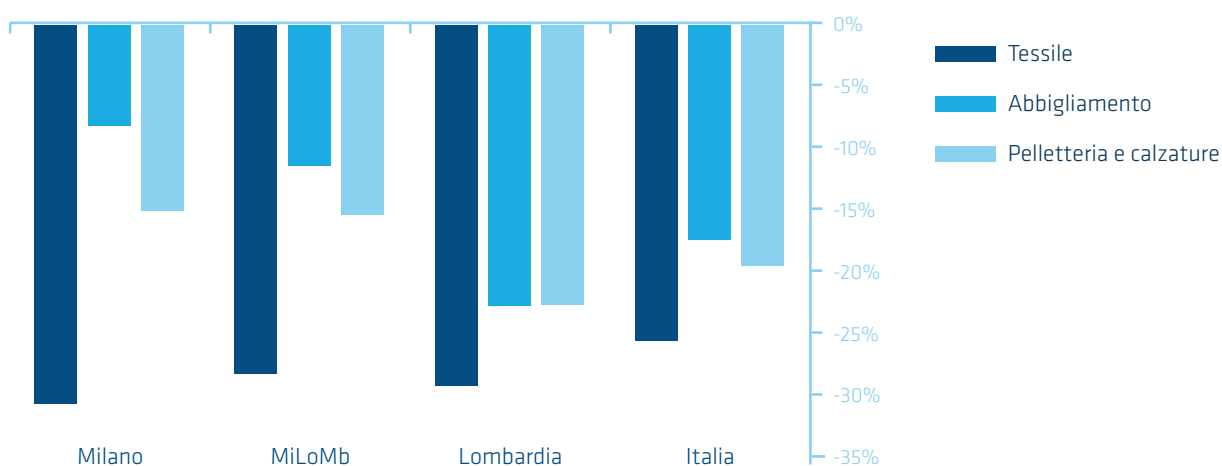
### IMPRESE ATTIVE NEL SETTORE MODA PER AREA GEOGRAFICA (III trimestre 2022 - valori assoluti e percentuali)

Fonte: elaborazione Studi, Statistica e Programmazione su dati Registro Imprese

Settori	Milano	Monza Brianza	Lodi	MI-LO-MB	Lombardia	Italia
Industria tessile	740	251	21	1.012	3.416	13.921
Confezione di articoli di abbigliamento	2.414	374	58	2.846	6.631	42.265
Fabbricazione di articoli in pelle e simili	852	63	13	928	1.617	18.064
<b>Totale manifatturiero moda</b>	<b>4.006</b>	<b>688</b>	<b>92</b>	<b>4.786</b>	<b>11.664</b>	<b>74.250</b>
Commercio all'ingrosso di prodotti tessili	488	93	11	592	1.183	4.185
Commercio all'ingrosso di abbigliamento e calzature	2.408	298	18	2.724	3.913	20.575
Commercio al dettaglio di prodotti tessili	338	109	27	474	1.190	11.269
Commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento	2.573	567	144	3.284	7.417	70.266
Commercio al dettaglio di calzature e articoli in pelle	530	95	25	650	1.443	13.886
Attività di design di moda e design industriale	759	70	3	832	1.391	5.011
<b>Totale commercio e servizi moda</b>	<b>7.096</b>	<b>1.232</b>	<b>228</b>	<b>8.556</b>	<b>16.537</b>	<b>125.192</b>
<b>Totale settore moda</b>	<b>11.102</b>	<b>1.920</b>	<b>320</b>	<b>13.342</b>	<b>28.201</b>	<b>199.442</b>
Peso % sul totale imprese	3,6%	3,0%	2,3%	3,4%	3,4%	3,9%

### DINAMICA DELLE IMPRESE ATTIVE NELL'INDUSTRIA DELLA MODA (III trimestre 2022/2010 - variazioni percentuali)

Fonte: elaborazione Studi, Statistica e Programmazione su dati Registro Imprese



pandemia da Covid-19. Nel dettaglio dei settori, hanno sofferto particolarmente sia l'industria tessile che il commercio dei prodotti tessili, ma in generale il *retail* più della manifattura. Unico segmento in espansione quello dei servizi di design, cresciuti di oltre il 40% nell'area accorpata (del 47,4% nella provincia di Milano), ma molto meno nell'intero Paese, a ulteriore dimostrazione che il design si fa a Milano. Nel complesso del periodo considerato, è stato peggiore il trend in Lombardia e in Italia, dove infatti la contrazione ha superato il 21%.

L'ultimo anno presenta su base tendenziale ancora risultati negativi (-3,4% a MI-LO-MB e

-3,5% a Milano), ma gli operatori mostrano un rinnovato ottimismo grazie ai successi delle ultime sfilate, tornate finalmente in presenza nella quasi totalità, e all'ottima ripresa dei flussi esportativi.

### IMPRESSE ATTIVE NEL SETTORE MODA PER AREA GEOGRAFICA (III trimestre 2022/2021 - variazioni percentuali)

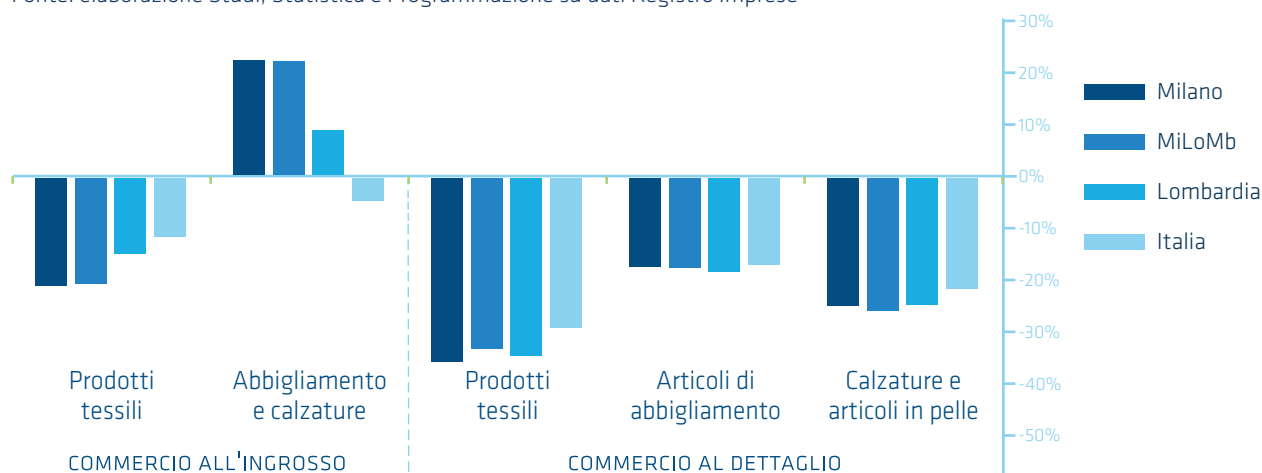
Fonte: elaborazione Studi, Statistica e Programmazione su dati Registro Imprese

Settori	Milano	Monza Brianza	Lodi	MI-LO-MB	Lombardia	Italia
Industria tessile	-4,3	-5,6	-4,5	-4,6	-5,1	-4,1
Confezione di articoli di abbigliamento	-3,7	-4,6	-6,5	-3,9	-4,9	-3,9
Fabbricazione di articoli in pelle e simili	-2,0	-3,1	-7,1	-2,1	-3,6	-4,3
<b>Totale manifatturiero moda</b>	<b>-3,4</b>	<b>-4,8</b>	<b>-6,1</b>	<b>-3,7</b>	<b>-4,8</b>	<b>-4,0</b>
Commercio all'ingrosso di prodotti tessili	-2,2	-4,1	-8,3	-2,6	-4,4	-4,0
Commercio all'ingrosso di abbigliamento e calzature	-3,8	0,7	0,0	-3,3	-5,5	-5,7
Commercio al dettaglio di prodotti tessili	-7,1	-2,7	-6,9	-6,1	-4,5	-4,5
Commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento	-4,2	-3,9	3,6	-3,9	-3,7	-3,4
Commercio al dettaglio di calzature e articoli in pelle	-4,2	-3,1	-3,8	-4,0	-3,7	-4,1
Attività di design di moda e design industriale	1,9	7,7	0,0	2,3	1,2	1,2
<b>Totale commercio e servizi moda</b>	<b>-3,5</b>	<b>-2,1</b>	<b>0,4</b>	<b>-3,2</b>	<b>-3,9</b>	<b>-3,8</b>
<b>Totale settore moda</b>	<b>-3,5</b>	<b>-3,1</b>	<b>-1,5</b>	<b>-3,4</b>	<b>-4,2</b>	<b>-3,9</b>

### DINAMICA DELLE IMPRESSE ATTIVE NEL COMMERCIO DELLA MODA PER AREA GEOGRAFICA

(III trimestre 2022/2010 - variazioni percentuali)

Fonte: elaborazione Studi, Statistica e Programmazione su dati Registro Imprese



## LA STRUTTURA E L'ANDAMENTO DELLE IMPRESE DELLA MODA

Nonostante i grandi brand, quello della moda è un sistema molto parcellizzato e poco strutturato. La suddivisione delle imprese per classe dimensionale mostra infatti una netta prevalenza di piccole realtà che contano meno di dieci addetti: l'88% del totale a Milano, quota che sale nell'area accorpata all'88,6%. Soltanto il 3% (il 2,6% a MI-LO-MB) ha più di 50 addetti; ciononostante si tratta di un dato decisamente più elevato di quello nazionale fermo all'1% e dunque ancora più polverizzato. Su queste percentuali incide soprattutto il commercio, tradizionalmente più frazionato, mentre più complesso risulta il manifatturiero della moda, dove infatti il tessile e la pelletteria vedono sa-

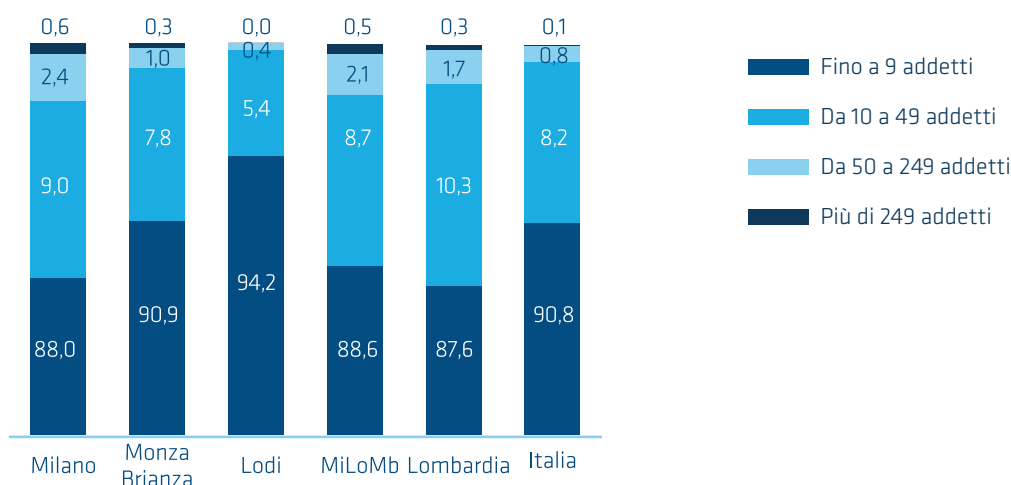
lire rispettivamente al 7,6% e al 6,8% la porzione di aziende medio-grandi (con più di 50 addetti; a Milano siamo all'8,2% e al 7,5%).

Anche l'osservazione delle imprese per natura giuridica mostra una diffusione capillare delle forme più semplici, vale a dire le ditte individuali, che infatti rappresentano il 45% del totale nei tre territori aggregati (6.004 unità), prima tipologia nell'area seguita dalle società di capitale (41,4%). La classifica si inverte invece nella provincia di Milano, dove prevalgono, seppur di poco, quelle di capitale: 44% contro il 43,5% delle imprese individuali. Il dettaglio dei settori mostra una maggior concentrazione di società di capitale nel tessile (sia produzione

### IMPRESE ATTIVE NEL SETTORE MODA PER CLASSE DI ADDETTI E AREA GEOGRAFICA

(III trimestre 2022 - valori percentuali)

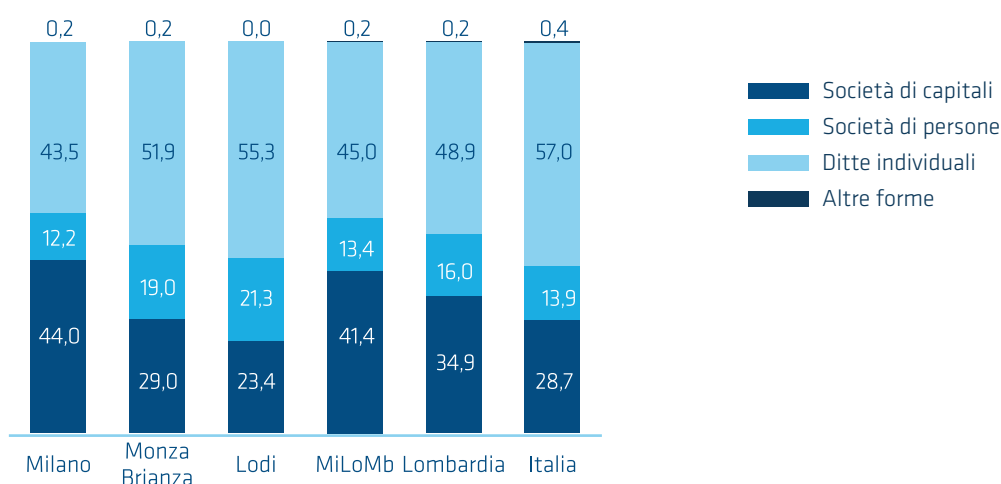
Fonte: elaborazione Studi, Statistica e Programmazione su dati Registro Imprese



### IMPRESE ATTIVE NEL SETTORE MODA PER FORMA GIURIDICA E AREA GEOGRAFICA

(III trimestre 2022 - valori percentuali)

Fonte: elaborazione Studi, Statistica e Programmazione su dati Registro Imprese





che commercio all'ingrosso), nella pelletteria e nelle attività di design; al contrario, le ditte individuali connotano maggiormente la produzione di abbigliamento. Nonostante il settore si caratterizzi dunque per il capitalismo molecolare delle ditte individuali, nel tempo si è assistito a un deciso irrobustimento che ha visto in dodici anni crescere solamente le società di capitali (+9,3% rispetto al 2010), e tra queste soprattutto le società a responsabilità limitata, che più in generale hanno avuto un elevato tasso di sviluppo, mentre tutte le altre forme si sono contratte (le ditte individuali -14,9%; le società di persone -44,6%, tipologia quest'ultima in crisi in tutti i comparti). Questo trend si

è riflesso nella distribuzione percentuale delle diverse fattispecie: in particolare, l'incidenza delle società di capitale è passata dal 32,9% del 2010 all'attuale 41,4%.

Il settore della moda milanese conta complessivamente 103mila addetti nell'area accorpata (93.532 a Milano), pari a oltre la metà di quelli lombardi e al 13,1% del totale nazionale; di questi, 37mila operano nei comparti industriali del fashion (30.962 a Milano), l'8,2% degli addetti italiani. La maggiore concentrazione di lavoratori si registra nella confezione e nel commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento.

#### ADDETTI ALLE IMPRESE ATTIVE NEL SETTORE MODA PER AREA GEOGRAFICA

(III trimestre 2022 - valori assoluti)

Fonte: elaborazione Studi, Statistica e Programmazione su dati Registro Imprese

Settori	Milano	Monza Brianza	Lodi	MI-LO-MB	Lombardia	Italia
Industria tessile	8.793	2.725	178	11.696	42.234	112.973
Confezione di articoli di abbigliamento	13.211	2.768	115	16.094	36.453	194.509
Fabbricazione di articoli in pelle e simili	8.958	207	12	9.177	13.223	144.717
<b>Totale manifatturiero moda</b>	<b>30.962</b>	<b>5.700</b>	<b>305</b>	<b>36.967</b>	<b>91.910</b>	<b>452.199</b>
Commercio all'ingrosso di prodotti tessili	1.038	258	29	1.325	3.227	10.705
Commercio all'ingrosso di abbigliamento e calzature	6.216	1.002	24	7.242	10.480	48.785
Commercio al dettaglio di prodotti tessili	1.204	174	81	1.459	2.833	21.168
Commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento	45.582	1.269	281	47.132	59.991	201.134
Commercio al dettaglio di calzature e articoli in pelle	3.621	193	41	3.855	5.822	41.392
Attività di design di moda e design industriale	4.909	193	1	5.103	6.042	11.783
<b>Totale commercio e servizi moda</b>	<b>62.570</b>	<b>3.089</b>	<b>457</b>	<b>66.116</b>	<b>88.395</b>	<b>334.967</b>
<b>Totale settore moda</b>	<b>93.532</b>	<b>8.789</b>	<b>762</b>	<b>103.083</b>	<b>180.305</b>	<b>787.166</b>





# **IL FATTURATO DELLA MODA**

## IL FATTURATO DELLA MODA

Le imprese del settore della moda con sede a Milano, Monza e Lodi hanno registrato nel 2021 ricavi delle vendite per circa 14,7 miliardi di euro,<sup>1</sup> una cifra pari a oltre la metà del fatturato lombardo del settore e al 17% del totale nazionale, che risulta superiore agli 86 miliardi di euro. Milano risulta ampiamente la prima provincia italiana per fatturato del comparto con 13,5 miliardi di euro, distanziando nettamente Vicenza (6,5 miliardi), Napoli (4,4 miliardi) e Firenze (4,2 miliardi). Le imprese della moda basate a Monza fatturano invece circa 1,1 miliardi di euro, 46 milioni quelle di Lodi.

Il 53,8% degli introiti riguarda imprese che

operano nel commercio (7,9 miliardi di euro), il 43,9% nel manifatturiero (6,4 miliardi), il 2,3% solamente riguarda le attività di design di moda (342 milioni). All'interno del manifatturiero, l'industria tessile vale 2,5 miliardi di euro, gli articoli di abbigliamento 2 miliardi e la pelletteria quasi 1,9 miliardi. Nel commercio i proventi maggiori riguardano le imprese che operano al dettaglio: sono 4,4 miliardi per l'abbigliamento, mentre il commercio all'ingrosso di abbigliamento e calzature arriva a 2,3 miliardi.

I ricavi medi per impresa dell'intero settore sono di quasi 4,9 milioni di euro: i valori più elevati si osservano per il manifatturiero con

### RICAVI DELLE VENDITE DELLE IMPRESE DELLA MODA PER AREA GEOGRAFICA

(anno 2021 - valori in migliaia di euro)

Fonte: elaborazione Studi, Statistica e Programmazione su dati AnBi-Infocamere

Province	Ricavi (in migliaia di €)	Incidenza % su Italia
Milano	13.557.653	15,6
Monza Brianza	1.103.121	1,3
Lodi	46.234	0,1
<b>MI-LO-MB</b>	<b>14.707.009</b>	<b>17,0</b>
Lombardia	25.985.100	30,0
Italia	86.679.193	100,0

### PRIME VENTI PROVINCE ITALIANE PER RICAVI DELLE VENDITE DELLE IMPRESE DELLA MODA

(anno 2021 - valori in migliaia di euro)

Fonte: elaborazione Studi, Statistica e Programmazione su dati AnBi-Infocamere

#	Provincia	Ricavi in migliaia di €	#	Provincia	Ricavi in migliaia di €
1	Milano	13.557.653	11	Como	2.044.255
2	Vicenza	6.553.754	12	Reggio Emilia	1.997.129
3	Napoli	4.462.292	13	Varese	1.898.900
4	Firenze	4.228.246	14	Biella	1.828.207
5	Prato	3.971.919	15	Brescia	1.633.135
6	Treviso	3.351.112	16	Modena	1.414.084
7	Bergamo	3.192.437	17	Torino	1.407.505
8	Padova	2.685.373	18	Verona	1.402.625
9	Roma	2.336.815	19	Mantova	1.202.295
10	Pisa	2.070.959	20	Bologna	1.189.857



6,4 milioni di euro, che arrivano a 8,1 milioni per gli articoli in pelle mentre si scende a 6,5 milioni per l'industria tessile e a 5,2 milioni per l'abbigliamento. Il fatturato medio delle imprese del commercio si attesta invece a 4,7 milioni di euro, con valori più elevati per le imprese che operano al dettaglio rispetto a quelle che vendono all'ingrosso.

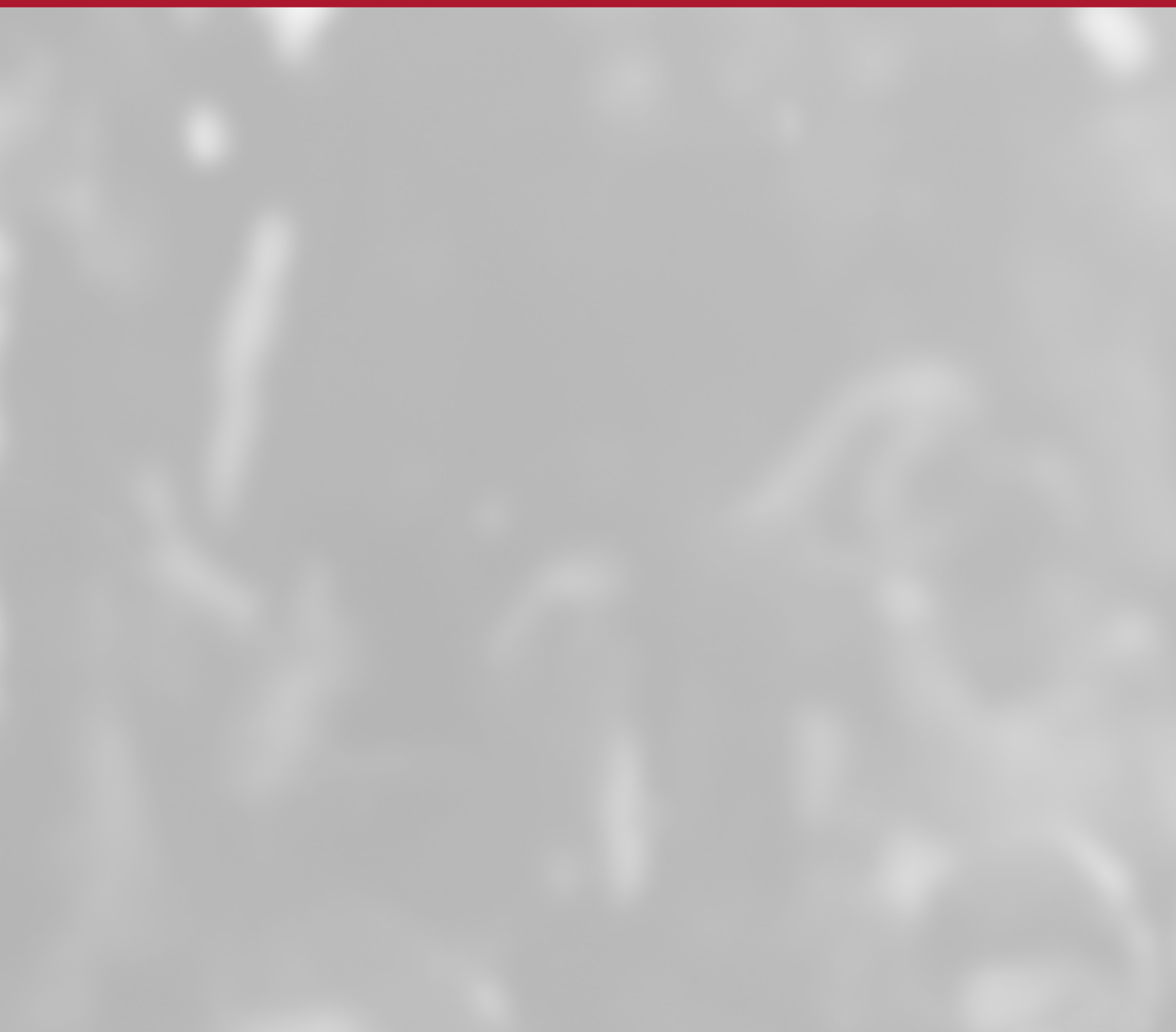
1 | I dati di questa sezione sono riferiti ai bilanci delle sole società di capitali disponibili alla data del 15 novembre 2022.

## RICAVI DELLE VENDITE DELLE IMPRESE DELLA MODA DELL'AREA MI-LO-MB PER SETTORE

(anno 2021 - valori in migliaia di euro e percentuali)

Fonte: elaborazione Studi, Statistica e Programmazione su dati AnBi-Infocamere

Settori	Ricavi (in migliaia di €)	Incidenza % sul totale	Media a impresa (in migliaia di €)
Industrie tessili	2.502.465	17,0	6.534
Confezione di articoli di abbigliamento	2.065.821	14,0	5.283
Fabbricazione di articoli in pelle e simili	1.882.513	12,8	8.149
<b>Totale Manifatturiero</b>	<b>6.450.799</b>	<b>43,9</b>	<b>6.419</b>
Commercio all'ingrosso di prodotti tessili	421.184	2,9	2.240
Commercio all'ingrosso di abbigliamento e di calzature	2.328.663	15,8	3.940
Commercio al dettaglio di prodotti tessili	99.585	0,7	2.119
Commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento	4.452.880	30,3	6.185
Commercio al dettaglio di calzature e articoli in pelle	611.689	4,2	4.855
<b>Totale Commercio</b>	<b>7.914.001</b>	<b>53,8</b>	<b>4.733</b>
<b>Attività di design di moda e design industriale</b>	<b>342.210</b>	<b>2,3</b>	<b>1.031</b>
<b>Totale Moda</b>	<b>14.707.009</b>	<b>100,0</b>	<b>4.888</b>





# **L'INTERSCAMBIO ESTERO**

## L'INTERSCAMBIO ESTERO

Quando si parla di moda il pensiero corre subito alle dinamiche dell'export *made in Italy*, che trovano nell'area vasta di Milano, Monza Brianza e Lodi un fulcro territoriale di riferimento che vale il 17% delle esportazioni della filiera della moda italiana, e dove la città metropolitana svolge un ruolo di player internazionale.

Complessivamente i flussi esportativi evidenziano una crescita costante che, con l'eccezione del 2020, prosegue da diversi anni. Nel primo semestre 2022 la filiera della moda ha esportato prodotti per oltre 5,3 miliardi di euro, di cui 4,9 di competenza della città metropolitana di Milano (+31,4%), dove si con-

centra la quasi totalità della performance di crescita.

L'abbigliamento costituisce la voce principale dell'export: nel primo semestre 2022 i mercati esteri hanno intercettato oltre 2,2 miliardi di euro in valore (42,4% dei flussi totali), seguiti per rilevanza dai prodotti in cuoio, pelle, borse e accessori con 1,1 miliardi (21,8%) e dalle calzature con oltre 900 milioni di esportazioni (17,4%). Seguono quindi i prodotti tessili (7,5%), in particolare maglieria (5,7%) e tessuti (3,7%).

Il baricentro dei mercati è spostato in misura preponderante verso le aree extra-europee,

### IMPORT-EXPORT DEL SETTORE MODA PER AREA GEOGRAFICA

(I semestre 2022 - valori assoluti in euro e percentuali)

Fonte: elaborazione Studi, Statistica e Programmazione su dati Istat

Aree geografiche	Gen-giu 2022		Pesi % su Italia		Var. % gen-giu 2022/2021	
	Import	Export	Import	Export	Import	Export
Milano	3.167.342.732	4.990.820.954	16,2	16,0	38,0	31,4
Monza Brianza	257.306.263	259.539.067	1,3	0,8	12,4	28,9
Lodi	121.656.191	50.096.887	0,6	0,2	53,9	30,0
<b>MI-LO-MB</b>	<b>3.546.305.186</b>	<b>5.300.456.908</b>	<b>18,1</b>	<b>17,0</b>	<b>36,3</b>	<b>31,3</b>
Lombardia	5.637.624.815	8.463.646.569	28,8	27,1	37,9	31,3
Italia	19.603.421.048	31.253.261.629	100,0	100,0	37,0	21,6

### IMPORT-EXPORT DEL SETTORE MODA DELL'AREA MI-LO-MB PER SOTTOSETTORE

(I semestre 2022 - valori assoluti in euro e percentuali)

Fonte: elaborazione Studi, Statistica e Programmazione su dati Istat

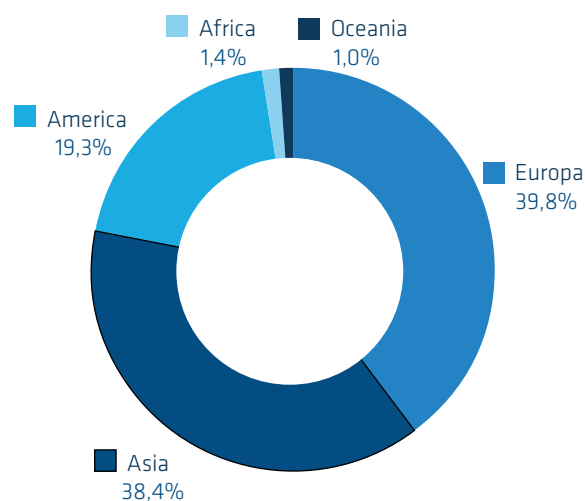
Sottosettori	Gen-giu 2022 provvisorio		Pesi % 2022		Var. % gen-giu 2022/2021	
	Import	Export	Import	Export	Import	Export
Filati di fibre tessili	111.523.992	21.098.547	3,1	0,4	139,5	38,8
Tessuti	138.509.209	196.906.227	3,9	3,7	55,6	32,1
Altri prodotti tessili	299.473.337	400.110.728	8,4	7,5	31,0	14,8
Articoli di abbigliamento	1.654.098.065	2.246.684.323	46,6	42,4	34,1	28,4
Articoli di abbigliamento in pelliccia	2.407.772	55.673.404	0,1	1,1	-20,7	94,7
Articoli di maglieria	237.808.941	303.138.171	6,7	5,7	43,5	30,1
Cuoio; articoli da viaggio, borse, pelletteria e selleria; pellicce preparate e tinte	530.063.060	1.154.694.151	14,9	21,8	42,9	43,2
Calzature	572.420.810	922.151.357	16,1	17,4	23,1	30,5
<b>Totale Moda</b>	<b>3.546.305.186</b>	<b>5.300.456.908</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>36,3</b>	<b>31,3</b>



dove le mete di destino principali sono Asia (38,4%) e America (19,3%), mentre Africa e Oceania sono residuali per la struttura delle rotte geografiche. Il mercato Europeo (39,8%) evidenzia una preponderanza dell'Unione europea (22,4%) rispetto alle piazze esterne allo spazio comune (17,4%).

### DISTRIBUZIONE PER AREA GEOGRAFICA DI DESTINAZIONE DELL'EXPORT DEL SETTORE MODA DELL'AREA MI-LO-MB (I semestre 2022 - valori percentuali)

Fonte: elaborazione Studi, Statistica e Programmazione su dati Istat



#### LE PRINCIPALI SCUOLE DI MODA

- Accademia di Belle Arti di Brera (Fashion design)
- Accademia Costume & Moda
- Domus Academy
- NABA - Nuova Accademia di Belle Arti
- IED - Istituto Europeo del Design
- Istituto Marangoni
- Politecnico di Milano - Scuola del design (Design della moda)
- IFDA - Italian Fashion and Design Academy
- Istituto Secoli
- Istituto di Moda Burgo
- Accademia del Lusso
- Accademia della Moda - Institute of Universal Art and Design



## L'INTERSCAMBIO ESTERO

I primi dieci mercati, verso i quali si dirige il 71,1% dei flussi esportativi della filiera della moda, confermano l'affermazione dei territori extra-europei quali punti di riferimento dell'export settoriale. Nelle prime tre posizioni si collocano Stati Uniti (16,3%), Cina (10,7%) e Corea del Sud (8,2%), mentre il primo mercato europeo, ossia la Francia (8%), si posiziona al quarto posto della graduatoria, seguita da Svizzera (7%) e Regno Unito (5,9%), i partner principali esterni all'area comunitaria.

La rilevanza dei mercati asiatici, in particolare dell'estremo Oriente, è confermata ulteriormente dall'incidenza dei flussi esportativi diretti verso Giappone (5,4%) e Hong Kong (4,1%),

mentre si collocano al penultimo e ultimo posto della graduatoria Germania ed Emirati Arabi Uniti, entrambi al di sotto del 3%.

Nell'ambito dei dieci mercati di riferimento della filiera della moda dell'area vasta di Milano, Monza Brianza e Lodi, ciascuna piazza evidenzia una propria specialità in relazione alle propensioni di acquisto di alcuni prodotti rispetto ad altri. In generale, le esportazioni di abbigliamento costituiscono la voce di acquisto principale di tutti i mercati: ciò è particolarmente rilevante se consideriamo Svizzera, Regno Unito e Hong Kong verso i quali oltre la metà dei flussi esportativi è costituita dall'abbigliamento, fenomeno che interessa anche l'export diretto in Germa-

### PRIMI DIECI PAESI DI DESTINAZIONE DEL SETTORE MODA DELL'AREA MI-LO-MB PER VALORE DELL'EXPORT (I semestre 2022 - valori assoluti in euro e percentuali)

Fonte: elaborazione Studi, Statistica e Programmazione su dati Istat

#	Paesi	Export 2022	Pesi %	#	Paesi	Export 2022	Pesi %
1	Stati Uniti	863.050.564	16,3	6	Regno Unito	314.837.410	5,9
2	Cina	565.076.775	10,7	7	Giappone	285.846.075	5,4
3	Corea del Sud	434.448.284	8,2	8	Hong Kong	219.510.424	4,1
4	Francia	421.479.645	8,0	9	Germania	154.356.532	2,9
5	Svizzera	368.882.423	7,0	10	Emirati Arabi Uniti	143.152.769	2,7

### COMPOSIZIONE PER SOTTOSETTORE DELL'EXPORT DELLA FILIERA MODA DELL'AREA MI-LO-MB DEI PRIMI DIECI PAESI DI DESTINAZIONE

(I semestre 2022 - valori percentuali)

Fonte: elaborazione Studi, Statistica e Programmazione su dati Istat

Paesi	Filati di fibre tessili	Tessuti	Altri prodotti tessili	Abbigliamento	Abbigliam. in pelliccia	Maglieria	Cuoio, borse, pelletteria, pellicce	Calzature
Stati Uniti	0,2	2,2	4	39	4,5	4	22,9	23,1
Cina	0,1	1,5	4,9	46,4	0,3	6,9	26,9	13
Corea del Sud	0,1	0,9	1,9	33,8	0,8	5,9	43,9	12,8
Francia	0,1	4,1	8	31,4	0,3	5,6	24,8	25,8
Svizzera	0,3	1,4	4,1	54,4	0,1	6,7	10,9	22,1
Regno Unito	0,8	2,5	4	52,9	0,3	7,8	14,5	17,3
Giappone	0,1	0,5	0,7	44,5	0,4	6,4	37,7	9,7
Hong Kong	0,4	1,8	1,6	52,7	0,4	4,8	24,8	13,4
Germania	0,2	7,5	12,8	49,4	0,3	8,3	7,3	14,1
Emirati Arabi	0,2	1,8	2,1	43,1	0,5	4	22,4	25,9

nia, dove rappresenta circa la metà degli acquisti dei prodotti della moda. Sempre la Svizzera è inoltre interessata da una significativa quota di export di calzature, oltre un quinto delle esportazioni. La Corea del Sud è invece una piazza particolarmente interessante per le esportazioni di cuoio, pelle, borse e accessori che incidono per circa il 44% sul totale export diretto verso il Paese, merceologie altrettanto rilevanti per il Giappone, dove incidono per il 37,7%. È più uniforme invece la struttura dell'export della moda verso gli Stati Uniti – primo mercato in assoluto per valore delle esportazioni – e nei confronti della Francia e degli Emirati Arabi Uniti.

Per tutti i mercati, pur essendo l'abbigliamento

la voce principale della filiera della moda (39%, 31,4% e 43,1% rispettivamente), si osservano delle quote rilevanti anche per gli altri prodotti: in particolare, verso gli Stati Uniti pelle e accessori (22,9%) e calzature (23,1%) costituiscono ciascuno circa un quarto dell'export totale, ed entrambi sono ancora più rilevanti se consideriamo i valori esportati verso la Francia (24,8% e 25,8%) e gli Emirati Arabi Uniti (22,4% e 25,9%).

Su un piano diverso si colloca la Cina: il secondo mercato dell'export della moda è interessato principalmente all'abbigliamento (46,4%) e ai prodotti in pelle e accessori (26,9%), mentre è più limitata la quota di pertinenza delle calzature (13%).

## LE FIERE SEMESTRALI DELLA MODA



### MICAM

Mostra internazionale della calzatura

### MIPEL

Manifestazione internazionale dedicata al mondo delle borse e degli accessori in pelle

### LINEAPELLE

Fiera internazionale dedicata a pelle, accessori, componenti, sintetici e modelli per calzature, pelletteria, abbigliamento e arredamento

### THE ONE MILANO

Salone del prêt-à-porter femminile d'alta gamma

### MILANO UNICA - MODA IN

Mostra internazionale di tessuti e accessori per l'abbigliamento

### FILO

Rassegna internazionale di filati e fibre

### SÌ SPOSAITALIA COLLEZIONI (annuale)

Salone dedicato agli abiti da sposa, sposo, cerimonia e accessori







# **IL VALORE DELLO SHOPPING**

## IL VALORE DELLO SHOPPING

Oltre che un comparto d'eccellenza nel panorama del tessuto economico locale, il sistema della moda costituisce anche un importante driver turistico per la destinazione-Milano. Da una rilevazione condotta da Unioncamere e Isnart nel periodo pre-pandemia, emerge infatti come lo shopping sia un'attività a cui si dedica un turista su due tra quelli che visitano la città, e rappresenta la principale motivazione della vacanza per un viaggiatore straniero su tre. Nel 2021, secondo i dati della Banca d'Italia, per fare acquisti nei negozi di Milano, Monza Brianza e Lodi i turisti stranieri hanno speso oltre 450 milioni di euro, pari al 22% della spesa turistica complessiva. La

stragrande maggioranza di loro proviene dalla vicina Svizzera, che da sola vale oltre l'80% dello *shopping tourism*, seguita a grande distanza da Francia (4,5% degli arrivi), Russia (2,9%) e Germania (1,9%). La leadership rispetto all'ammontare complessivo degli acquisti spetta invece ai turisti francesi, che hanno versato nelle casse degli esercizi commerciali dei tre territori più di 56 milioni di euro (il 12,4% del totale), seguiti da svizzeri (40 milioni), americani (36 milioni) e spagnoli (31 milioni). La graduatoria della più alta spesa pro capite giornaliera per acquisti vede però al vertice l'Algeria con 466 euro, che precede Arabia Saudita (i cui turisti nel 2021 han-

### SPESA PER ACQUISTI DEI TURISTI STRANIERI NEI TERRITORI DI MILANO, MONZA BRIANZA E LODI PER NAZIONALITÀ (anno 2021 - valori assoluti in euro e percentuali)

Fonte: elaborazione Studi, Statistica e Programmazione su dati Banca d'Italia

Paesi	Milano	Monza Brianza	Lodi	MI-LO-MB	Pesi % sul totale
Francia	55.451.250	674.932	27.321	56.153.503	12,4
Svizzera	37.871.231	2.687.018	27.119	40.585.369	8,9
Stati Uniti d'America	35.055.919	1.536.840	114.412	36.707.171	8,1
Spagna	30.722.287	595.073	70.447	31.387.807	6,9
Germania	27.239.699	2.285.654	283.451	29.808.805	6,6
Dubai	21.417.163	60.134	-	21.477.297	4,7
Russia	16.337.971	79.874	311.335	16.729.180	3,7
Regno Unito	15.645.359	837.818	245.645	16.728.822	3,7
Turchia	12.997.581	95.163	162.751	13.255.495	2,9
Principato di Monaco	9.317.785	3.930.748	-	13.248.533	2,9
<b>Totale</b>	<b>433.143.087</b>	<b>18.613.617</b>	<b>2.619.517</b>	<b>454.376.220</b>	<b>100,0</b>

### PRIMI DIECI PAESI PER SHOPPING TOURISM NEI TERRITORI DI MILANO, MONZA BRIANZA E LODI

(anno 2021 - valori percentuali)

Fonte: elaborazione Studi, Statistica e Programmazione su dati Banca d'Italia

#	Paesi	Peso %	#	Paesi	Peso %
1	Svizzera	83,3	6	Turchia	0,8
2	Francia	4,5	7	Svezia	0,8
3	Russia	2,9	8	Marocco	0,6
4	Germania	1,9	9	Libano	0,6
5	Romania	0,9	10	Dubai	0,6

no destinato allo shopping in media 225 euro a persona per ogni giorno di permanenza) e Bhutan (214 euro). L'identikit del viaggiatore-shopper corrisponde nella maggior parte dei casi a un impiegato o a un libero professionista, di età compresa tra i 35 e i 44 anni, che predilige organizzare il proprio viaggio nei mesi di ottobre e novembre, dove peraltro si concentra circa un terzo della spesa totale per le compere.

## PRIMI DIECI PAESI PER SPESA MEDIA PRO CAPITE GIORNALIERA PER ACQUISTI NEI TERRITORI DI MILANO, MONZA BRIANZA E LODI (anno 2021 - valori assoluti in euro)

Fonte: elaborazione Studi, Statistica e Programmazione su dati Banca d'Italia

#	Paesi	Spesa media giornaliera pro capite in €	#	Paesi	Spesa media giornaliera pro capite in €
1	Algeria	466	6	Angola	165
2	Arabia Saudita	225	7	Principato di Monaco	142
3	Bhutan	214	8	Kuwait	141
4	Liechtenstein	176	9	Singapore	122
5	Abu Dhabi	171	10	Dubai	120

### MILANO FASHION WEEK

Due appuntamenti all'anno, a febbraio e settembre, per la presentazione delle collezioni maschili e femminili (autunno/inverno e primavera/estate), organizzati dalla Camera Nazionale della Moda Italiana con la partecipazione dei migliori stilisti nazionali e internazionali. L'ultima edizione, svoltasi a settembre 2022, dedicata alla moda donna primavera/estate 2023, ha visto un fitto calendario di eventi che ha interessato tutta la città: 68 sfilate (61 in presenza e 7 online), 104 presentazioni e 30 happening per un totale di oltre 200 appuntamenti, un numero che non si vedeva dall'epoca pre-pandemia. L'affluenza di visitatori è stata molto alta, con centinaia di buyer e giornalisti arrivati a Milano da moltissimi Paesi, a segnalare l'interesse per l'alta qualità della moda italiana e la dinamicità del settore, che sta recuperando le perdite subite a causa del Covid grazie alla crescita del fatturato e dell'export. Inoltre, quest'ultima settimana della moda si è caratterizzata per la volontà di alcuni marchi di aprirsi alla città con sfilate accessibili anche ai non addetti ai lavori e con eventi diffusi in diversi luoghi iconici, come la stessa piazza Duomo, che hanno visto un grande successo di pubblico.



### LE VIE DELLO SHOPPING

Il Quadrilatero della moda, compreso tra quattro vie principali (la celeberrima via Montenapoleone, via Manzoni, via della Spiga e corso Venezia) e alcune strade interne altrettanto famose, come via Borgospesso, via Santo Spirito, via Gesù, via Sant'Andrea, via Bagutta e via Verrì, è una zona in cui si concentrano gli atelier dove i più rinomati stilisti al mondo espongono al pubblico le loro creazioni, e che ospita molti altri brand del lusso, non solo del comparto moda. Accanto al Quadrilatero, numerosi sono gli altri assi commerciali che caratterizzano la città: via Torino, la zona Brera-Garibaldi, corso di Porta Ticinese e la maggiore via dello shopping, corso Buenos Aires. Più lontani dal centro, meritano una menzione corso di Porta Romana, corso XXII Marzo e corso Vercelli, direttrici maggiormente focalizzate sulla clientela milanese piuttosto che sui turisti. Milano rappresenta una realtà unica a livello internazionale con più di 1.000 showroom monomarca e multimarca (fonte: Camera della moda).





CAMERA DI  
COMMERCIO  
MILANO  
MONZABRIANZA  
LODI

PROGETTO, REALIZZAZIONE GRAFICA E REDAZIONE  
STUDI, STATISTICA E PROGRAMMAZIONE

CAMERA DI COMMERCIO DI MILANO MONZA BRIANZA LODI  
ONLINE - [WWW.MILOMB.CAMCOM.IT](http://WWW.MILOMB.CAMCOM.IT)