

Da Confindustria Moda un appello al Governo: urge sostenere la filiera

Giulia Crivelli



Mancano esattamente due settimane alla tornata settembrina di sfilate e presentazioni dedicate alla moda donna e Milano, reduce da un'estate record per il turismo, si prepara non solo agli eventi "a porte chiuse" dei marchi, ma anche a inaugurazioni di negozi, mostre e incontri. Manca ancora meno a Micam (calzature) e Mipel (pelletteria), le due grandi fiere di settore che si terranno dal 13 al 15 settembre. Sia Milano moda donna (che verrà presentata oggi a Milano dalla Camera della moda), sia le manifestazioni a Rho proietteranno operatori e buyer nella primavera-estate 2027. Ma come sta la filiera e come sono andati i primi sei mesi, in particolare della parte a monte, quella manifatturiera?

Una prima risposta viene da Confindustria Moda: «I dati Istat parlano da soli. Nei primi sei mesi la produzione delle categorie industrie tessili, abbigliamento e pelle è calata del 5,1% – spiega il presidente Luca Sburlati –. Possiamo parzialmente consolarci con il saldo commerciale, che resta positivo per circa 4 miliardi, visto che al calo dell'export è corrisposto quello dell'import. Ma è una magra consolazione, perché conferma una contrazione dei consumi». Le imminenti fiere e la settimana della moda possono essere un momento di ripartenza, gli imprenditori non possono permettersi il pessimismo, ma Sburlati sottolinea che «nessuno può farcela da solo».

Il presidente di Confindustria Moda ricorda che la filiera del tessile-moda-accessorio vale circa 100 miliardi e dà lavoro, solo direttamente, a oltre 600mila persone. «È sorprendente come ancora

si faticchi a riconoscere lo straordinario contributo del settore all'economia del nostro Paese, oltre che alla sua immagine. Non abbiamo mai chiesto sussidi a pioggia né misure tampone – sottolinea Sburlati, in carica dal maggio 2025 e con un mandato quadriennale –. Anzi, da giugno parliamo di un piano industriale con un orizzonte di dieci anni e che coinvolga le imprese, certo, ma anche le istituzioni e in particolare il Governo».

Ai ministri competenti, Adolfo Urso del Mimit in primis, e all'intero esecutivo, Confindustria Moda chiede un intervento a breve sui costi dell'energia: «La parte a monte della filiera, che è anche quella con margini più bassi rispetto al valle e ai marchi, è energivora. Non si vede la fine della crisi innescata in febbraio dalla guerra contro l'Iran, serve un piano italiano ed europeo. L'altro fronte sul quale lavorare di concerto, filiera e Governo, è quello tecnologico, che non significa solo AI: le aziende stanno investendo in ricerca sulle nuove fibre, ad esempio, e occorre ragionare su come agevolare o sostenere questi investimenti, che possono aiutare anche la sostenibilità ambientale, che riguarda tutti, non solo la moda». Confindustria Moda fa la sua parte sulla svolta green: il 5 e 6 novembre a Venezia l'annuale appuntamento sulla sostenibilità coinvolgerà tutte le associazioni del sistema moda allargato, dagli occhiali alla gioielleria.

Last but not least, la collaborazione con la Francia, alla quale Sburlati guarda anche per l'incisività delle misure contro il fast fashion, che Confindustria Moda aveva proposto già in febbraio: «L'intesa raggiunta dal ministro Urso deve rafforzarsi e Parigi ne ha tutto l'interesse, visto che i grandi gruppi francesi producono quasi tutto in Italia ed è nel loro interesse mantenere integra la filiera – conclude Sburlati –. Ma ancora più importante, e tornando a un'ottica di lungo periodo, è investire tutti nel racconto della nostra filiera: le campagne social sono pericolosissime e forniscono un quadro menzognero del settore e dei marchi. Dobbiamo parlare ai giovani, raccontarci nelle scuole, ad esempio, sempre di concerto con le istituzioni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA