

# **LA CRISI DEL SETTORE MODA**

**Sala del Consiglio comunale di Fucecchio**

**Donatella Marinari – IRPET**

**Nicola Sciclone – Direttore IRPET**



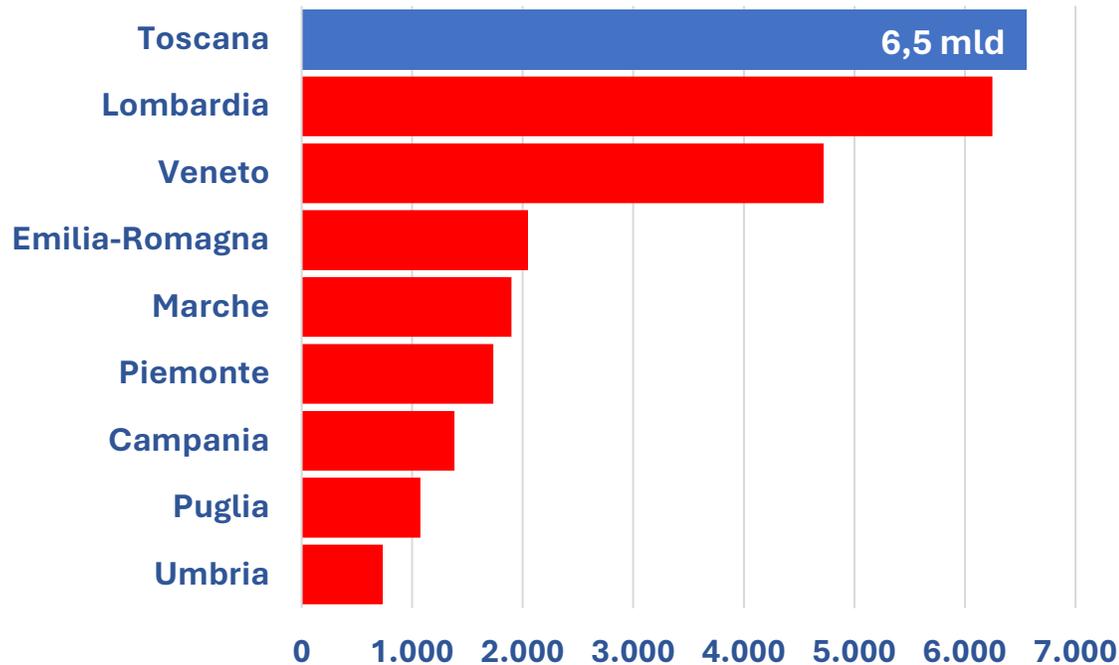
**IRPET** Istituto Regionale  
Programmazione  
Economica  
della Toscana



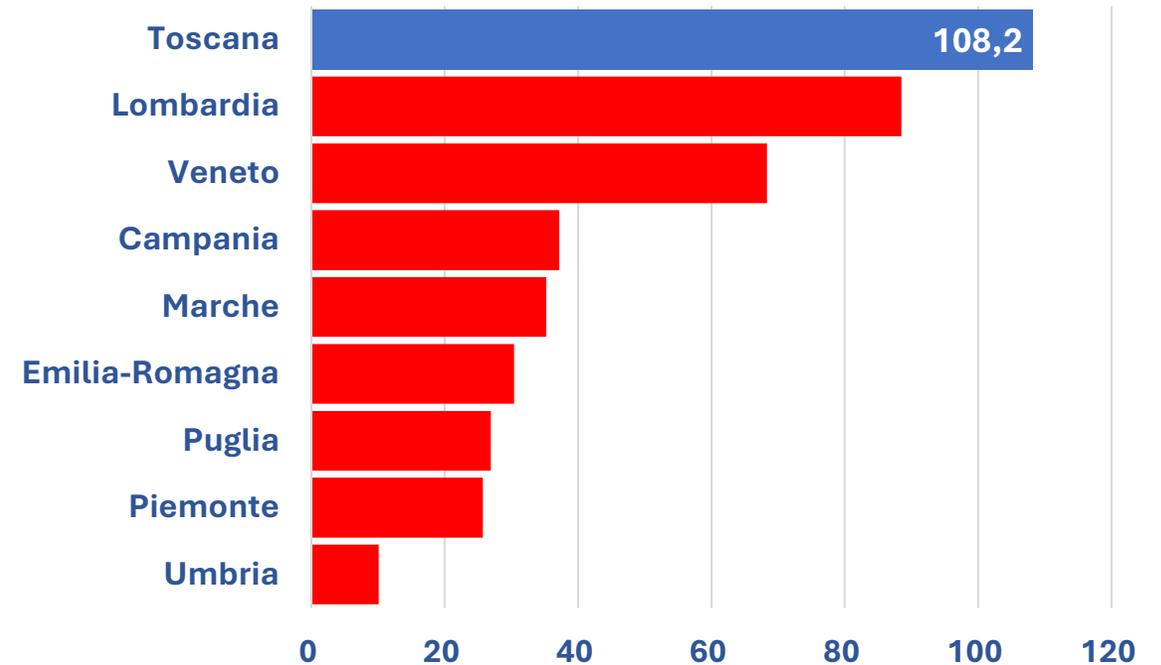
**La crisi della moda,  
perché ci riguarda da vicino?  
La rilevanza economica del settore**

# La moda in Italia, 2022

## Valore aggiunto (mld di euro)



## Occupati (migliaia)



**MODA**

**Pelletteria**

**Abbigliamento**

**Tessile**

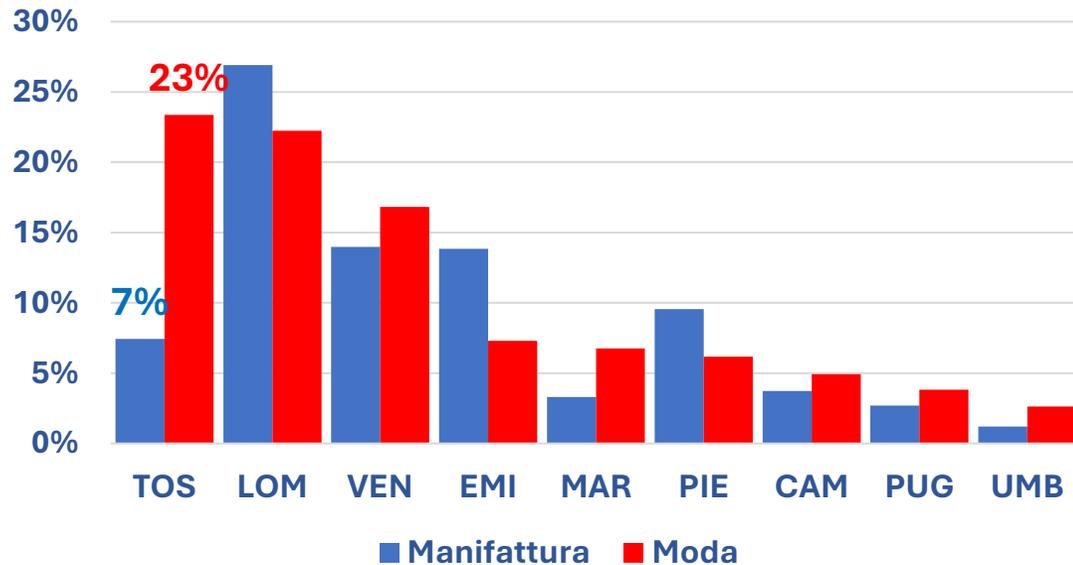
**Concia, pelle, tintura, articoli da viaggio, calzature**

**Confezionamento, maglieria**

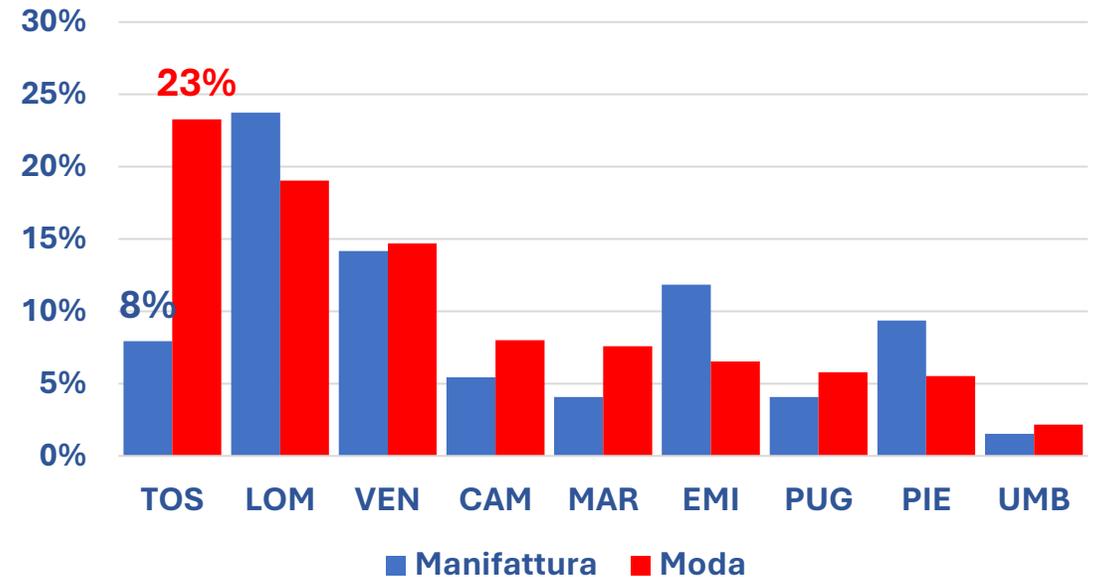
**Filatura, tessitura, finissaggio**

# La moda in Italia

## Valore aggiunto (quota regionale)



## Occupati (quota regionale)



**MODA**

**Pelletteria**

**Abbigliamento**

**Tessile**

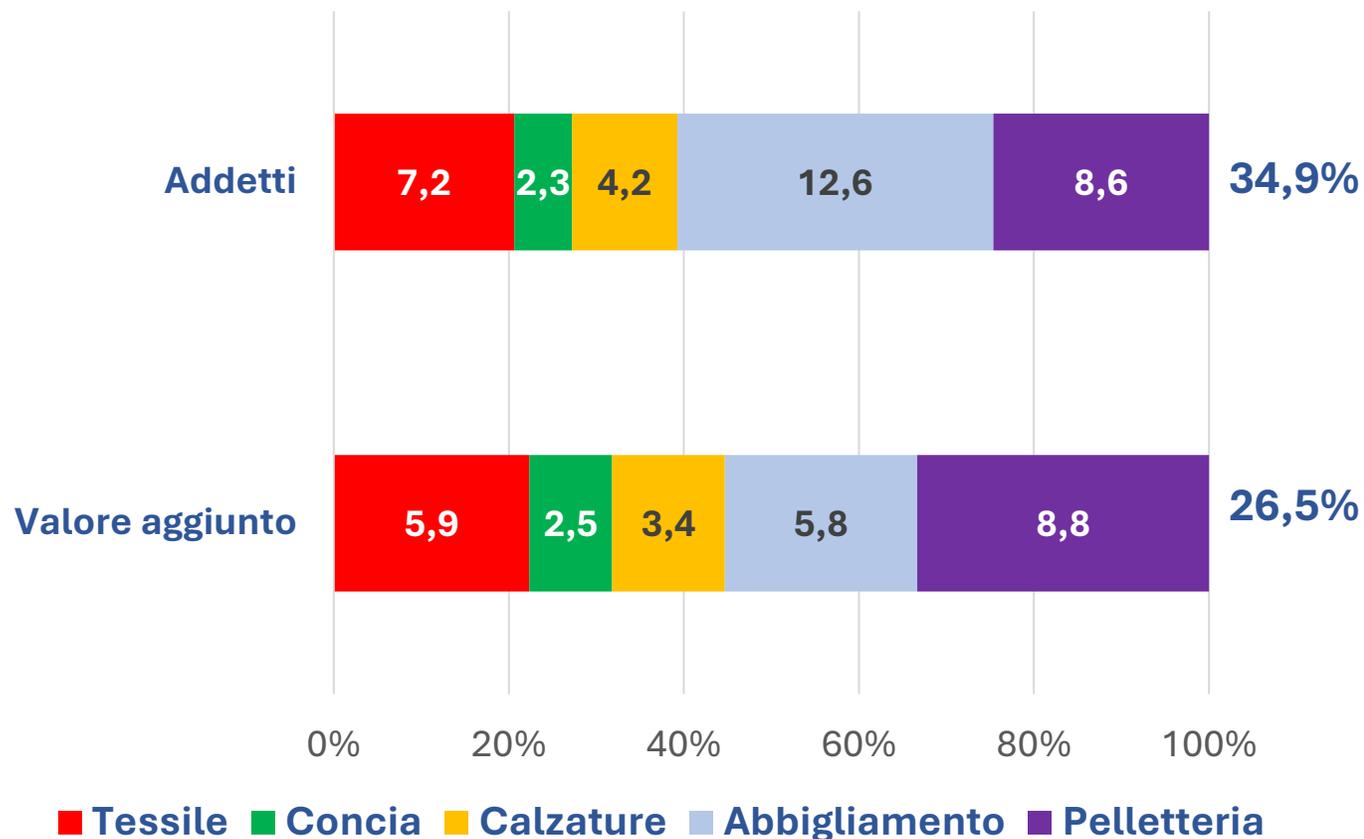
**Concia, pelle, tintura, articoli da viaggio, calzature**

**Confezionamento, maglieria**

**Filatura, tessitura, finissaggio**

# La moda in Toscana

## Peso % sulla manifattura toscana

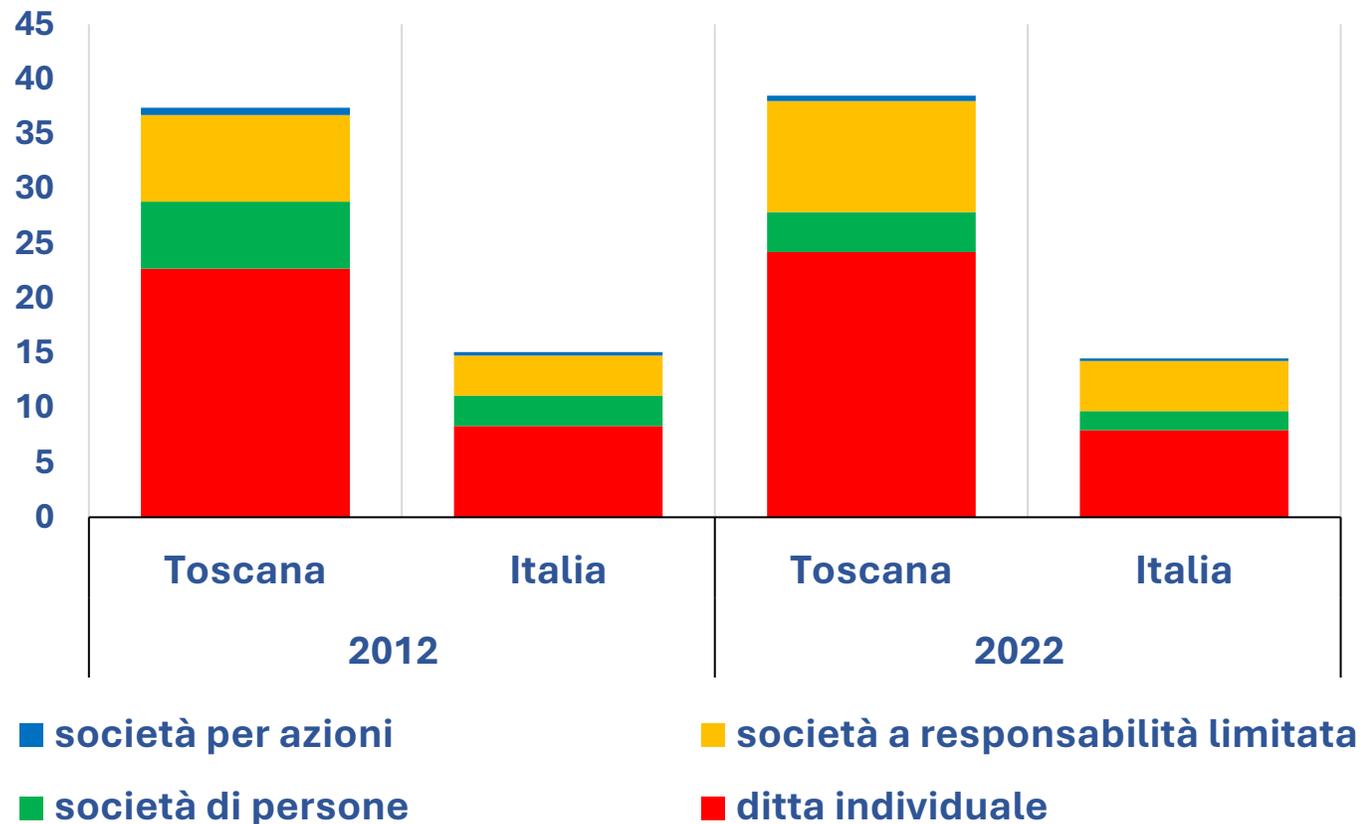


- Oltre il 5% del PIL della Toscana

- Quasi l'8% degli addetti della Toscana

# La moda in Toscana

Numero e quota di imprese della moda sul totale manifatturiero



- Sono 16.700 le imprese (22,7% di quelle italiane) che operano nel comparto
- Operano nella moda il 38,5% delle imprese manifatturiere toscane ed il 5,0% di quelle operanti in tutti i settori

# La moda in Toscana

## La distribuzione territoriale

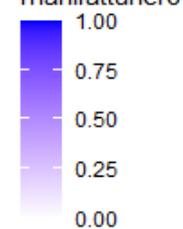
Distretto del tessile e abbigliamento Prato, Montemurlo e Carmignano

Distretto conciario. Santa Croce, San Miniato, Castelfranco di Sotto

Distretto dell'abbigliamento di Empoli

Distretto della moda del lusso. Scandicci, Sesto, Campi e Calenzano

quota addetti moda su tot manifatturiero



1.00  
0.75  
0.50  
0.25  
0.00

Stabilimenti produttivi di abbigliamento e articoli in pelle di Piancastagnaio

- 9 su 48 sistemi locali del lavoro della Toscana sono specializzati nella moda
- In quei 9 Sll ci vive il 25% della popolazione in età 15 e +

| SISTEMA LOCALE DEL LAVORO | SPECIALIZZAZIONE        |
|---------------------------|-------------------------|
| MONTECATINI-TERME         | pelle e cuoio           |
| BORGO SAN LORENZO         | pelle e cuoio           |
| CASTELFIORENTINO          | pelle e cuoio           |
| EMPOLI                    | tessile e abbigliamento |
| <b>SAN MINIATO</b>        | <b>pelle e cuoio</b>    |
| MONTEVARCHI               | pelle e cuoio           |
| SANSEPOLCRO               | tessile e abbigliamento |
| PIANCASTAGNAIO            | pelle e cuoio           |
| PRATO                     | tessile e abbigliamento |

The background features a dark blue field with various colorful, rounded geometric shapes in shades of orange, light blue, red, yellow, green, and purple. These shapes are scattered across the page, creating a vibrant, abstract pattern.

**Il sistema locale del lavoro di  
San Miniato e il Comune di Fucecchio  
La rilevanza economica del settore**

# La moda nel SII di S. Miniato e a Fucecchio

## Addetti – Valori assoluti

|  | Santa Croce<br>sull'Arno | San<br>Miniato | Fucecchio    | Castelfranco<br>di Sotto | Santa Maria<br>a Monte | Montopoli  | Totale        |
|--|--------------------------|----------------|--------------|--------------------------|------------------------|------------|---------------|
| Preparazione e concia<br>del cuoio e pelle | 3.138                    | 1.599          | 652          | 1.060                    | 61                     | 61         | 6.570         |
| Industria delle<br>calzature               | 74                       | 939            | 1.483        | 393                      | 1.085                  | 748        | 4.723         |
| Industria<br>dell'abbigliamento            | 17                       | 137            | 423          | 7                        | 56                     | 9          | 648           |
| Industria della<br>pelletteria             | 22                       | 112            | 243          | 79                       | 2                      | 22         | 480           |
| <b>MODA</b>                                | <b>3.251</b>             | <b>2.787</b>   | <b>2.801</b> | <b>1.538</b>             | <b>1.204</b>           | <b>840</b> | <b>12.421</b> |

# La moda nel SII di S. Miniato e a Fucecchio

## Addetti – Peso percentuale sulla manifattura

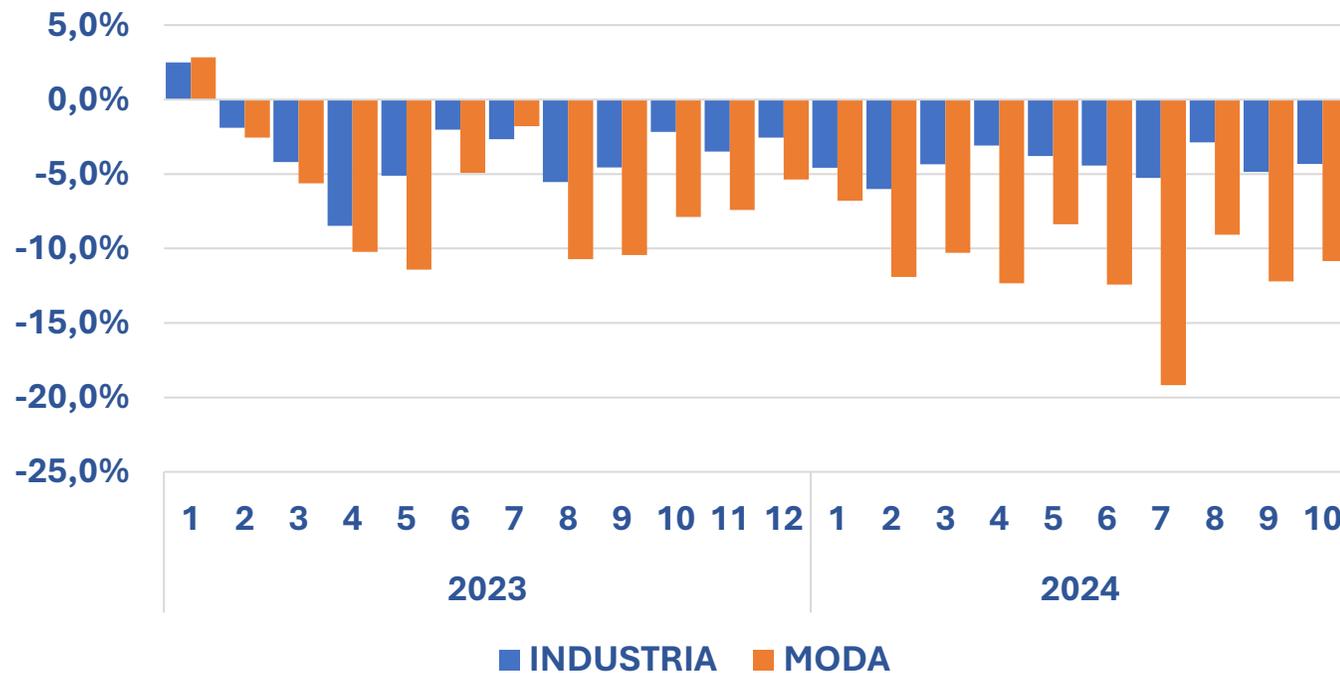
|  | Santa Croce<br>sull'Arno | San<br>Miniato | Fucecchio  | Castelfranco<br>di Sotto | Santa Maria<br>a Monte | Montopoli  | Totale     |
|--|--------------------------|----------------|------------|--------------------------|------------------------|------------|------------|
| Preparazione e concia<br>del cuoio e pelle | 87%                      | 47%            | 21%        | 53%                      | 4%                     | 5%         | 44%        |
| Industria delle<br>calzature               | 2%                       | 27%            | 48%        | 20%                      | 75%                    | 60%        | 32%        |
| Industria<br>dell'abbigliamento            | 0%                       | 4%             | 14%        | 0%                       | 4%                     | 1%         | 4%         |
| Industria della<br>pelletteria             | 1%                       | 3%             | 8%         | 4%                       | 0%                     | 2%         | 3%         |
| <b>MODA</b>                                | <b>91%</b>               | <b>82%</b>     | <b>91%</b> | <b>77%</b>               | <b>83%</b>             | <b>67%</b> | <b>84%</b> |



**Una crisi ancora in corso**

# La produzione industriale - Toscana

## Variazioni tendenziali



- Fra gennaio ed ottobre 2024 la produzione del comparto **moda** ha subito una flessione di 11,4 punti, contribuendo al calo di 4,4 punti del complesso della manifattura
- La flessione della moda sopravanza quella complessiva dell'industria da gennaio 2023
- Non ci sono ancora segnali di inversione di tendenza

# Le esportazioni nella moda - Toscana

## Variazioni tendenziali

|                     | 2024/2023* | Ultimo trimestre** |
|---------------------|------------|--------------------|
| Abbigliamento       | -4,6%      | -7,2%              |
| Calzature           | -20,4%     | -18%               |
| Cuoio e pelletteria | -16,6%     | -15%               |
| Filati e tessuti    | -8,5%      | -5%                |
| Moda                | -12,9%     | -12%               |

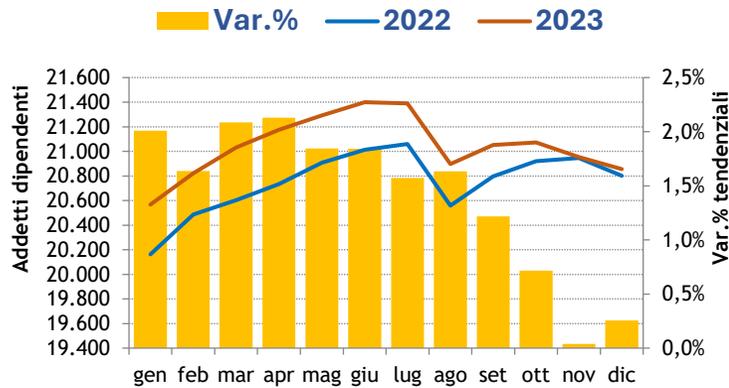
Complessivamente, nel corso degli ultimi sei trimestri, la moda toscana ha perso un quinto (-19,5%) del fatturato esportato, a fronte del -2,8% registrato dalle stesse specializzazioni nel resto d'Italia

\* I dati sono disponibili solo per i primi tre trimestri del 2024

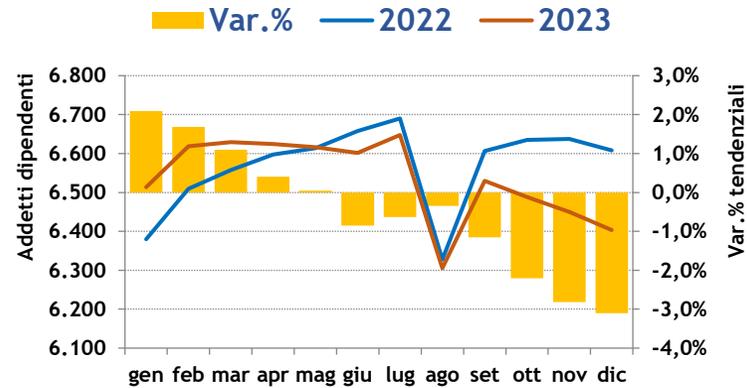
\*\* Il dato si riferisce al terzo trimestre 2024 sul corrispondente trimestre 2023

# Addetti nella moda - Toscana

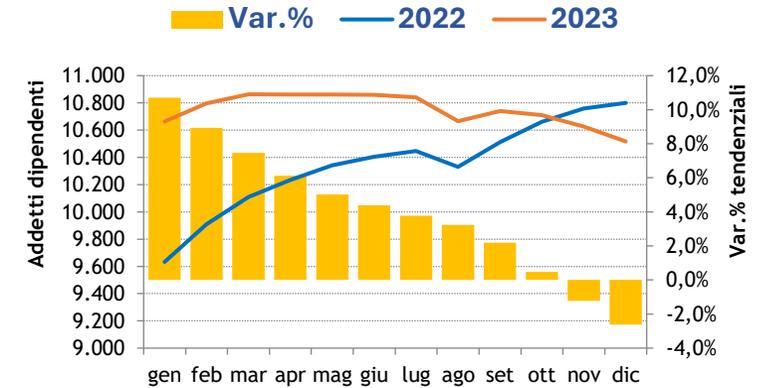
Tessile gen-dic 2023-2022



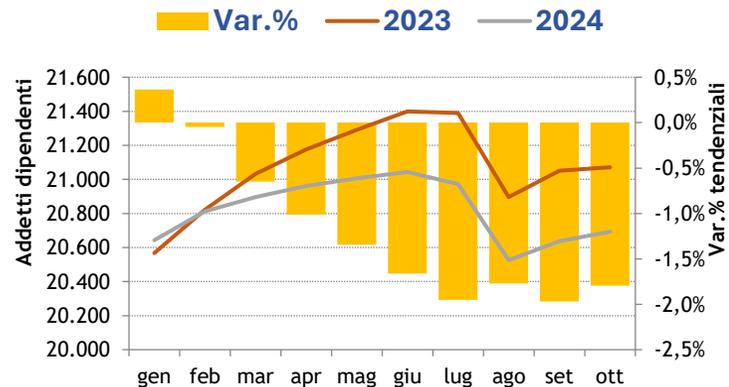
Concia gen-dic 2023-2022



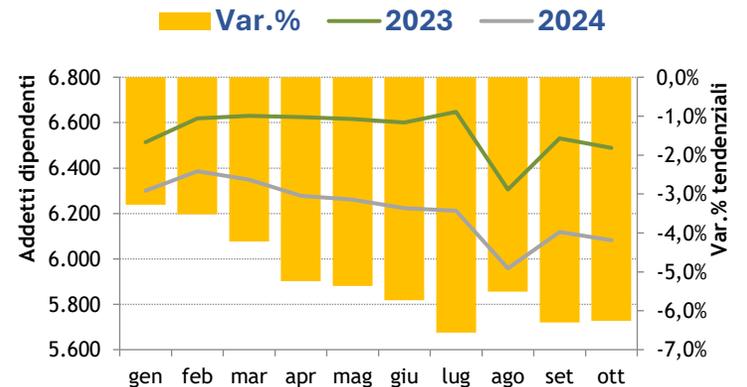
Prod. Metallo gen-dic 2023-2022



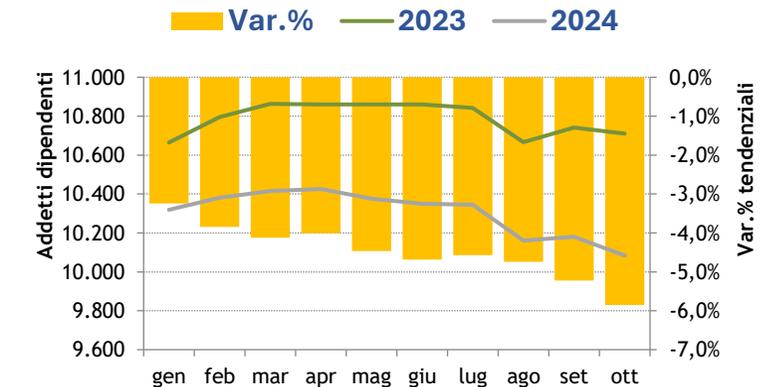
Tessile gen-ott 2024-2023



Concia gen-ott 2024-2023

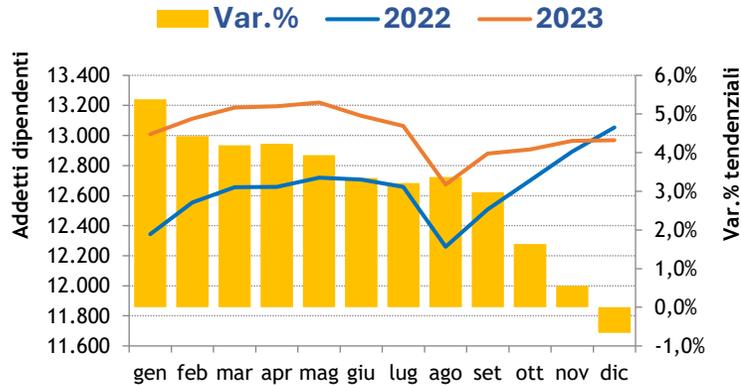


Prod. Metallo gen-ott 2024-2023

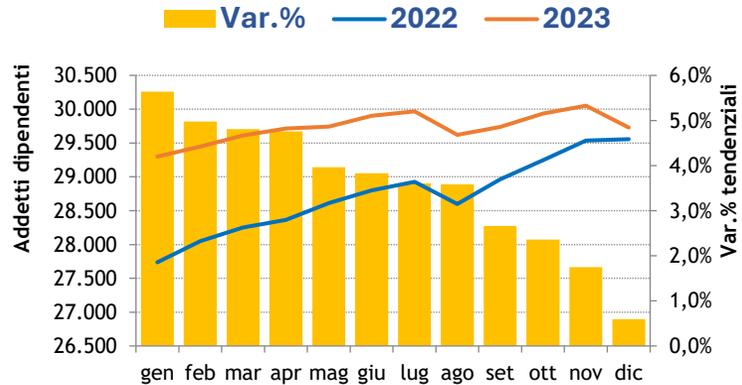


# Addetti nella moda - Toscana

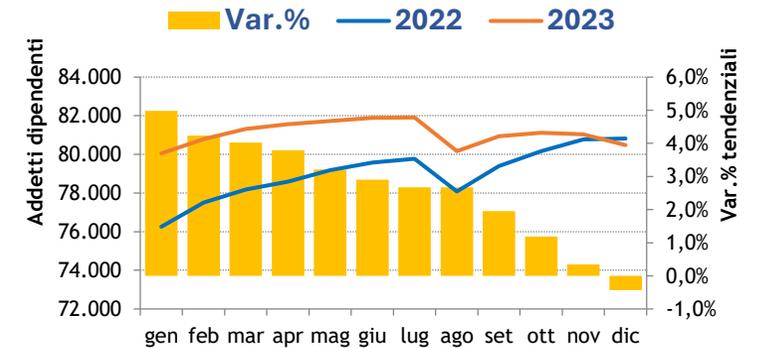
Calzature gen-dic 2023-2022



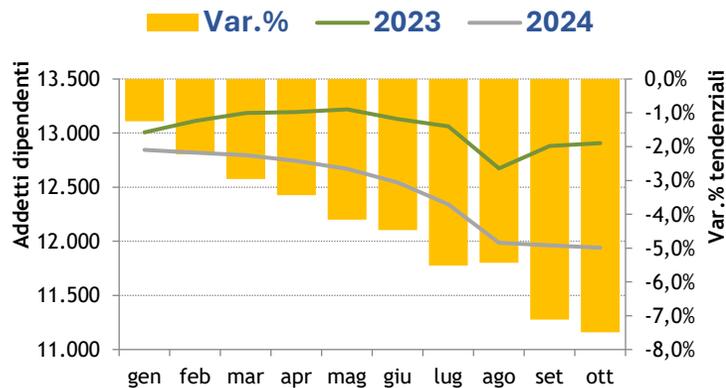
Pelletteria gen-dic 2023-2022



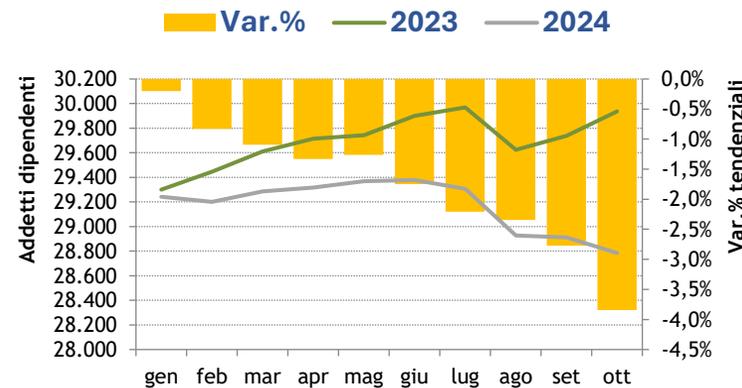
MODA (senza abbigliamento) gen-dic 2023-2022



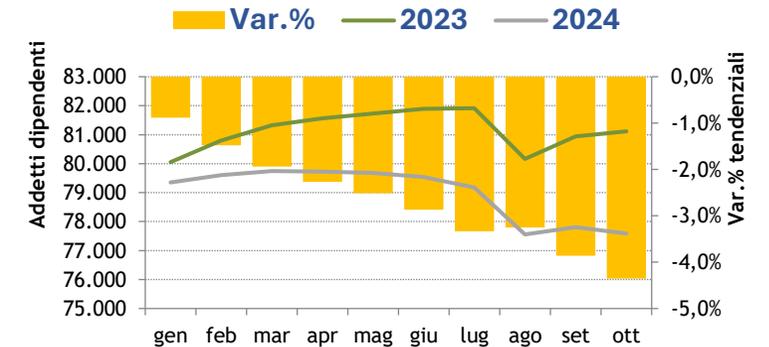
Calzature gen-ott 2024-2023



Pelletteria gen-ott 2024-2023

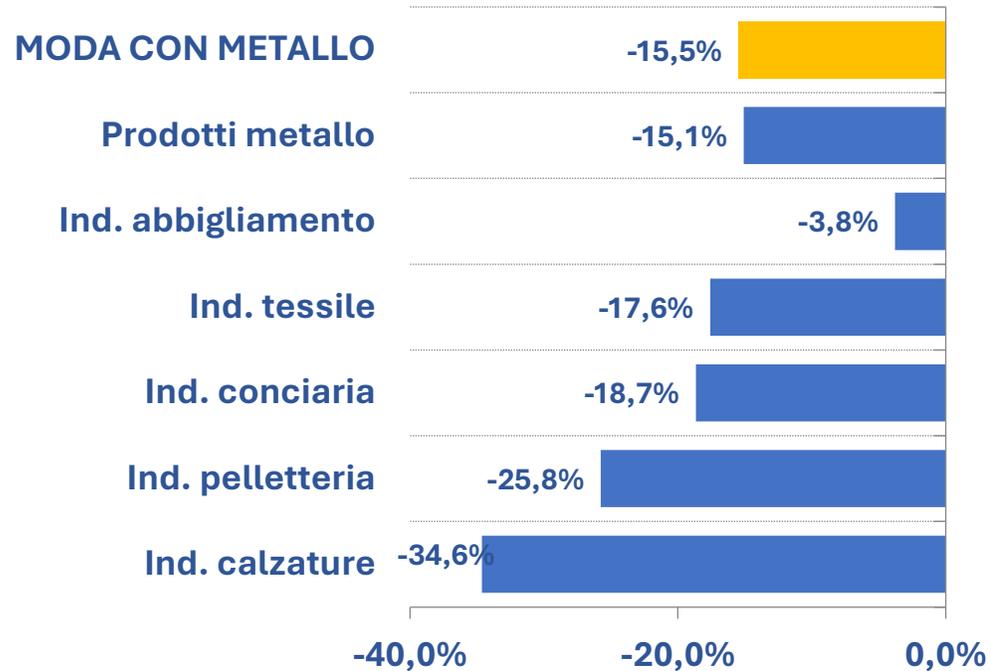


MODA (senza abbigliamento) gen-ott 2024-2023



# Avviamenti e lavoratori in CIGO-FSBA - Toscana

## Avviamenti Variazioni tendenziali 2024/2023



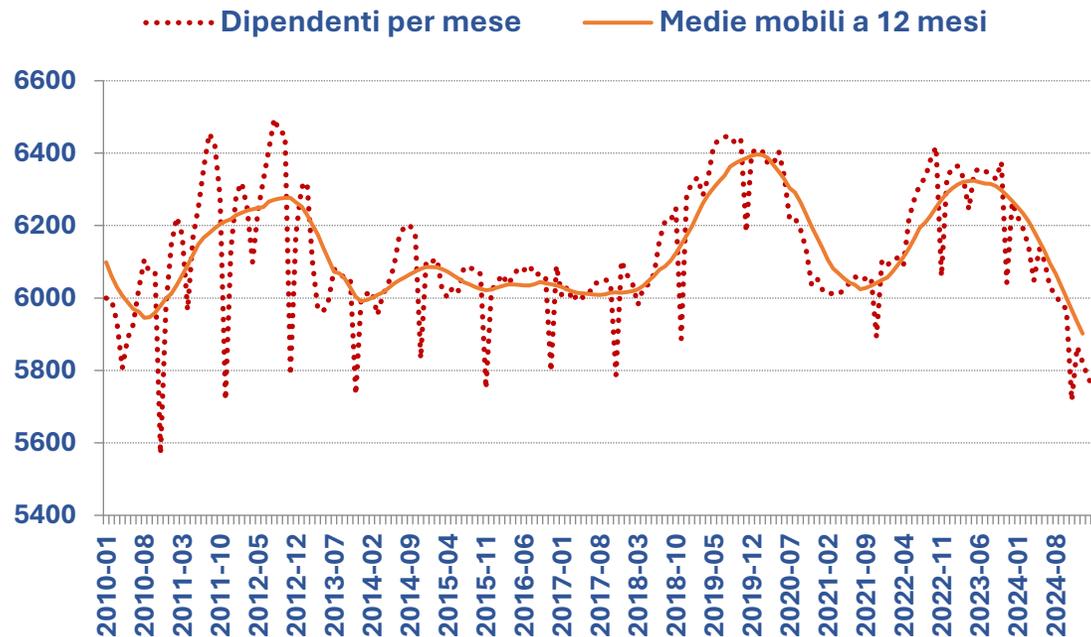
## Lavoratori in CIGO-FSBA Media mensile gennaio-ottobre 2024

|                                       | Media mensile | Incidenza sul settore | Composizione |
|---------------------------------------|---------------|-----------------------|--------------|
| <b>MODA</b>                           | <b>6.192</b>  | <b>5,6%</b>           | <b>54%</b>   |
| <b>Tessile</b>                        | <b>1.191</b>  | <b>5,7%</b>           | <b>10%</b>   |
| <b>Abbigliamento</b>                  | <b>540</b>    | <b>1,3%</b>           | <b>5%</b>    |
| <b>Cuoio, pelletteria e calzature</b> | <b>4.461</b>  | <b>9,3%</b>           | <b>39%</b>   |
| <b>Lav. metalli, meccanica</b>        | <b>3.812</b>  | <b>4,2%</b>           | <b>33%</b>   |
| <b>TOTALE MODA E LAV. METALLI</b>     | <b>10.004</b> | <b>5,1%</b>           | <b>87%</b>   |

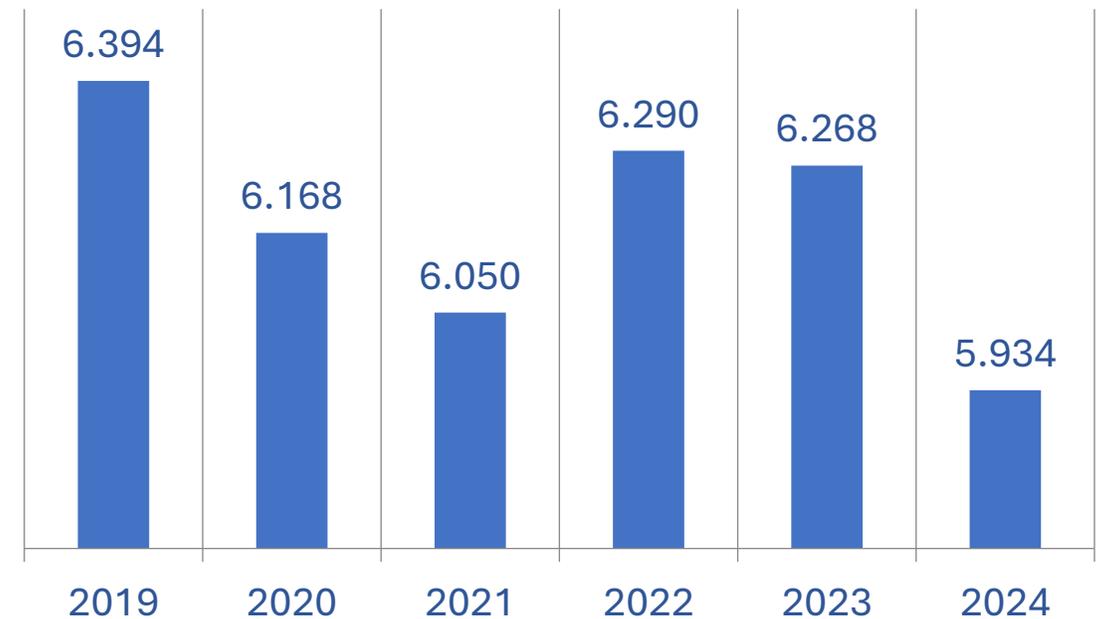
# Il sistema locale del lavoro di San Miniato

## Dipendenti nel settore della concia

Dipendenti per mese gen 2010-dic 2024



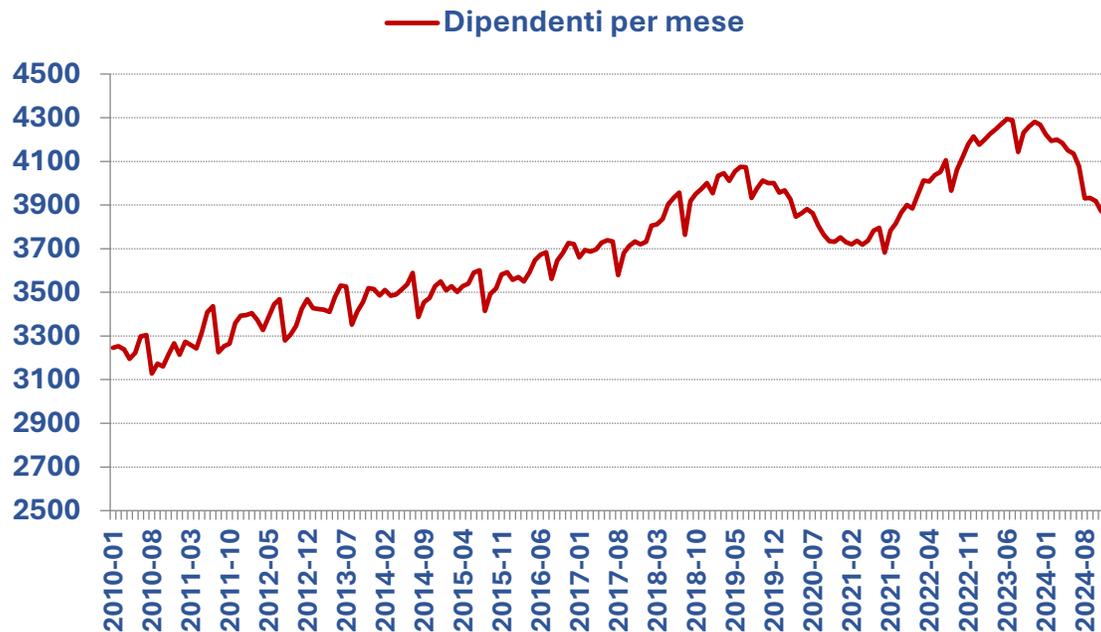
Dipendenti medi anno



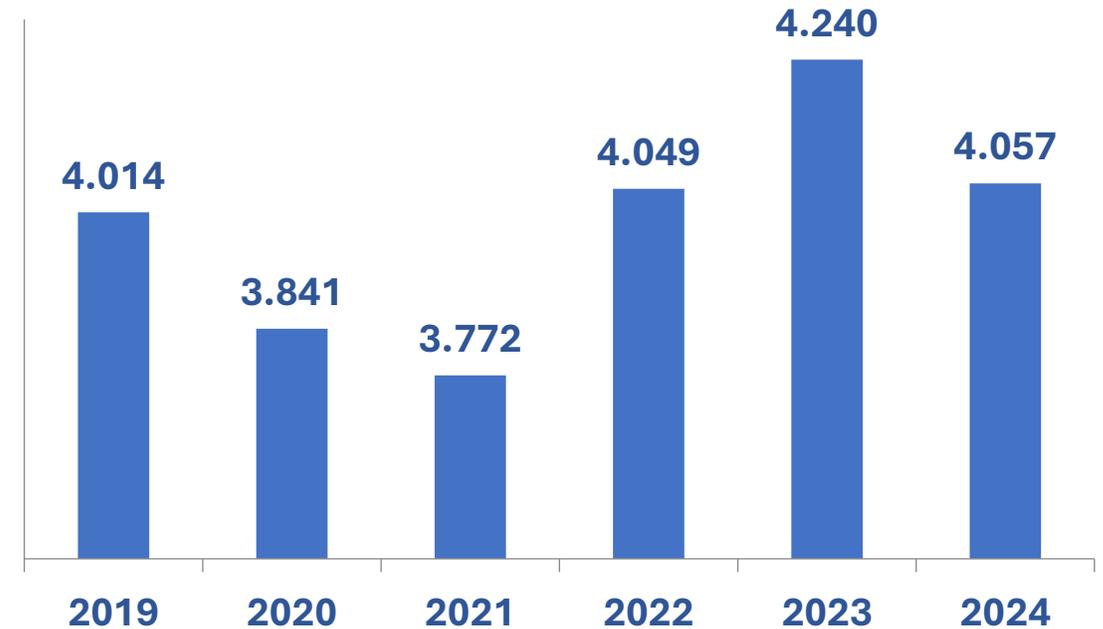
# Il sistema locale del lavoro di San Miniato

## Dipendenti nel settore delle scarpe

Dipendenti per mese gen 2010-dic 2024



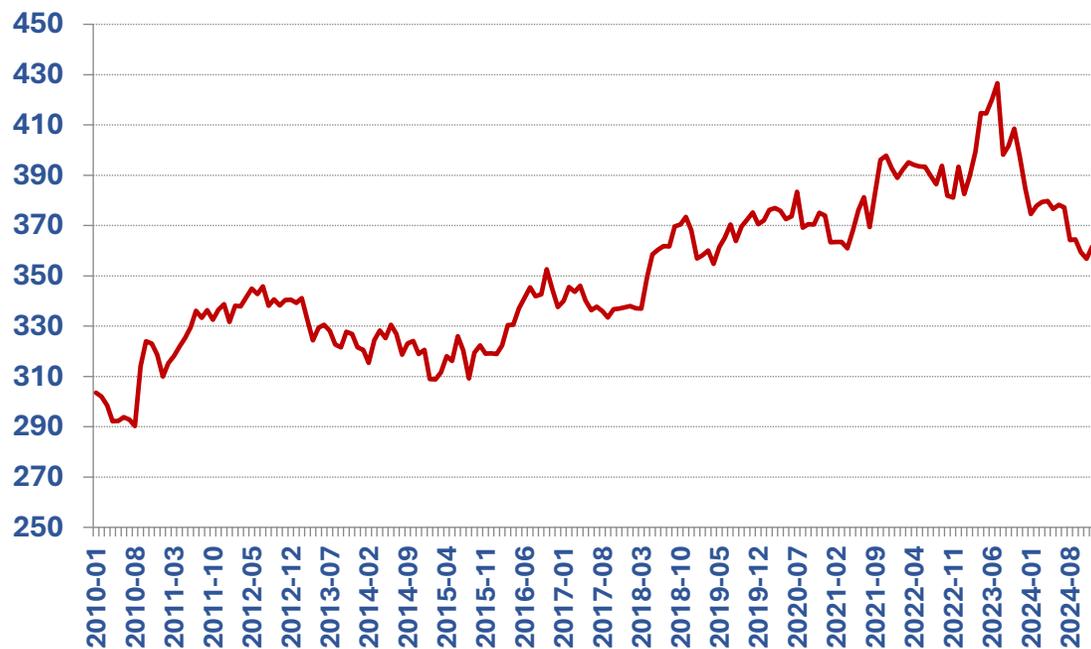
Dipendenti medi anno



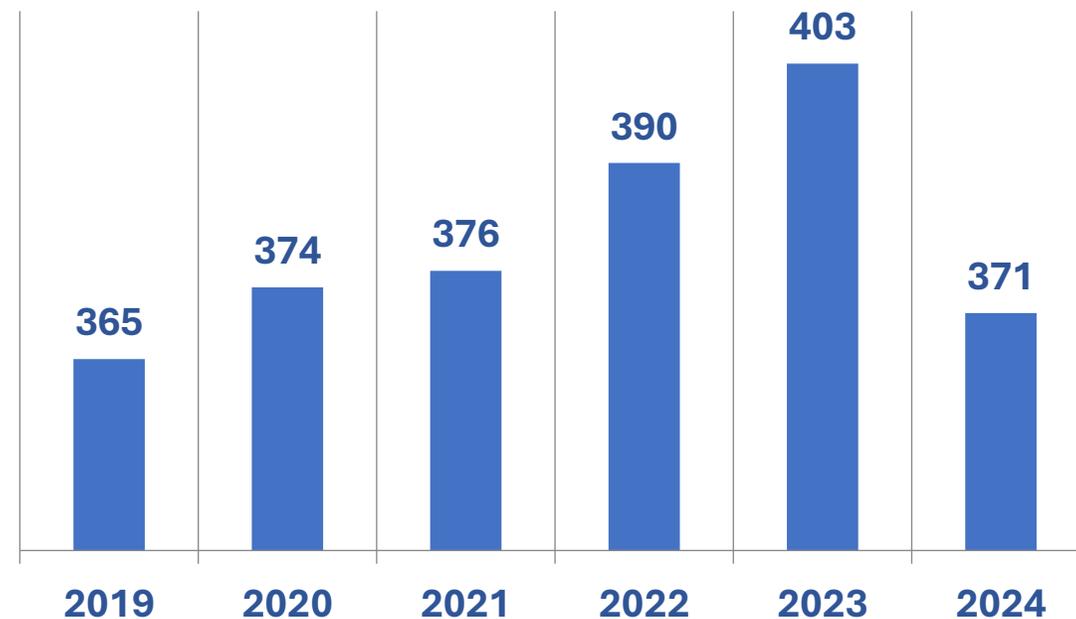
# Il sistema locale del lavoro di San Miniato

## Dipendenti nel settore della pelletteria

Dipendenti per mese gen 2010-dic 2024



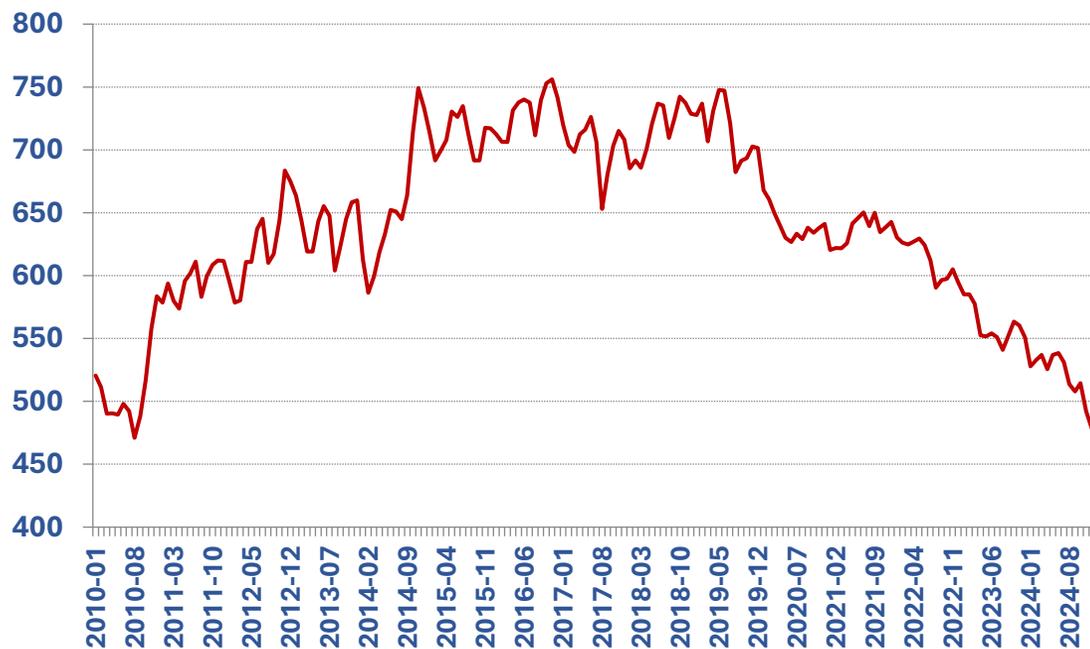
Dipendenti medi anno



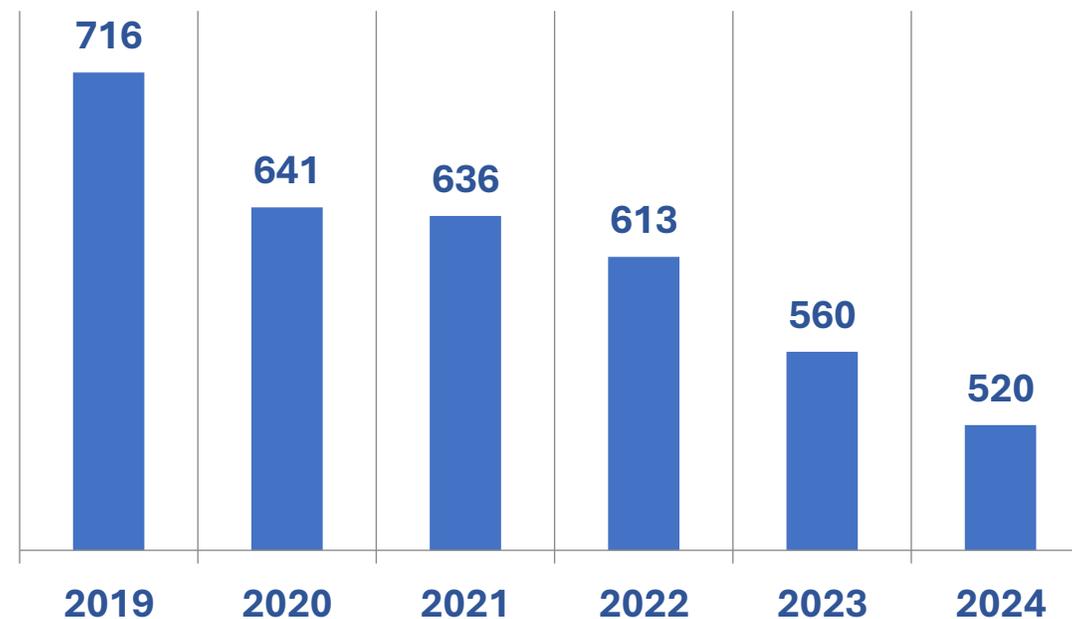
# Il sistema locale del lavoro di San Miniato

## Dipendenti nel settore dell'abbigliamento

Dipendenti per mese gen 2010-dic 2024



Dipendenti medi anno





**Una crisi solo congiunturale?**

# Le motivazioni della crisi

## CONGIUNTURALI, NON ANCORA TUTTE SUPERATE

- Le **tensioni geopolitiche** in corso hanno *frenato e frenano* gli scambi internazionali.
- Il **maggiore costo del denaro** ha sia frenato le decisioni di consumo delle famiglie, perché indebitarsi per consumare è diventato più costoso, sia ostacolato le decisioni delle imprese di investire in nuovi progetti, come macchinari o una espansione dell'attività, per gli interessi più cari da pagare sui finanziamenti.
- **L'elevata inflazione**, se pure in regresso, ha provocato una compressione dei risparmi e una flessione del potere di acquisto che si sono tradotte in una revisione al *ribasso delle aspettative* per una ampia fetta di consumatori.
- In attesa dei **dazi**...

# Le motivazioni della crisi

## DI STRATEGIA AZIENDALE O DI PRODOTTO

- Durante la fase iniziale del rimbalzo post pandemico, un eccesso di ottimismo ha generato una **accumulazione di scorte da smaltire**, quando la domanda ha decelerato, prima di ripartire con la produzione.
- Alcune linee di produzione di qualche grande *griffe* non hanno incontrato il **gusto del pubblico**.
- Cambio di **strategia aziendale**, di qualche importante *griffe*, finalizzato a produrre meno aumentando i prezzi di vendita, nel tentativo di collocarsi su un segmento più alto del valore della produzione, con la conseguenza di una riduzione degli ordini e dei livelli di produzione di tutti i fornitori.

# I cambiamenti di lungo corso

## STRUTTURALI E CHE RENDONO INCERTA L'EVOLUZIONE DELLA SITUAZIONE

- È **creciuta la dipendenza** da pochi e **grandi marchi** che controllano i mercati e che dettano i volumi di produzione. L'interazione con il mercato è mediata in stragrande prevalenza dalle imprese capofila di filiera. Il destino di molti è legato a quello di pochi. Basta un cambio di strategia dell'impresa capofila/leader (nuovi fornitori, insuccesso di mercato, ecc...) che ne risentono tutte le imprese della filiera.
- È un **mercato facilmente contendibile**, dove è facile entrare, e difficile arginare la concorrenza a basso costo di imprese di fornitura che operano in Paesi (persino regioni) dove minori sono i vincoli / controlli ambientali, il costo del lavoro e dove è minore il rispetto delle regole.

# I cambiamenti di lungo corso

## STRUTTURALI E CHE RENDONO INCERTA L'EVOLUZIONE DELLA SITUAZIONE

- È in corso un **ri-orientamento delle preferenze** dei consumatori: meno disponibilità a pagare per beni di consumo e più per servizi legati al tempo libero.
- I **consumi sono polarizzati** o su prodotti super lusso di alta gamma (accessibili alle imprese multi-nazionali, alle griffe) o su prodotti di bassa qualità, anch'essi prodotti da grandi imprese multinazionali, che delocalizzano nei paesi in via di sviluppo.
- Si è ridimensionata la **classe media**, e la domanda di prodotti intermedi che era un mercato non trascurabile per una fetta di piccole e medie aziende toscane.

# Cosa fare, oltre a tamponare?

- **Fare reti, aggregarsi**, per i) avere economie di scala ed economizzare in alcune fasi della produzione, ii) per adottare strategie non competitive ma cooperative (quando non si è forti meglio non farsi competizione) e iii) per avere più forza contrattuale nei rapporti con i grandi marchi.
- **Investire nella digitalizzazione**, ad esempio sulla creazione di piattaforme di commercio digitale per rompere la dipendenza da mono committenti e cercare nuovi committenti anche fuori dal nostro territorio e dall'Italia.
- **Valorizzare il marchio made in Tuscany** e la **sostenibilità sociale ed ambientale** della filiera moda. Gli **aspetti reputazionali** contano in questa fase storica. Sicuramente contano per i mono-committenti che fanno ordini alle imprese toscane.
- **Puntare sul capitale umano**, scommettendo sul dopo crisi, con una offerta formativa vocazionale e strumenti contrattuali (tirocini ed apprendistato di 1° e 3° livello) per non disperdere un patrimonio di competenze e professionalità.
- **Remunerare adeguatamente il lavoro**, per valorizzare mansioni e figure che altrimenti rischiano di non essere attraenti agli occhi dei più giovani.