

# **IL SETTORE MODA**

## **A che punto è la crisi?**

**D.Marinari, N. Sciclone**

**Sala Pistelli Palazzo Medici Riccardi -Firenze**



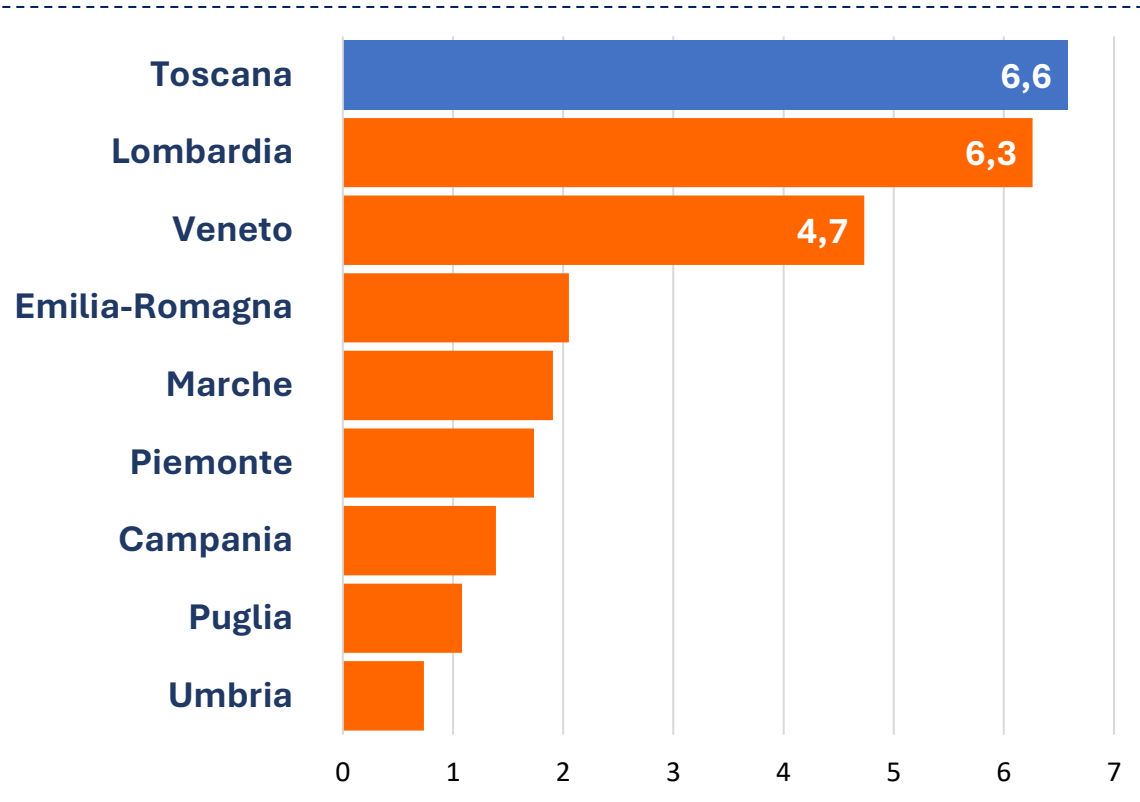
**IRPET** Istituto Regionale  
Programmazione  
Economica  
della Toscana

The background of the slide is a vibrant, abstract pattern. It features a dark purple base color, overlaid with various geometric shapes in bright colors like orange, blue, green, yellow, and red. These shapes include circles, elongated ovals, and diagonal stripes, creating a dynamic and modern visual effect.

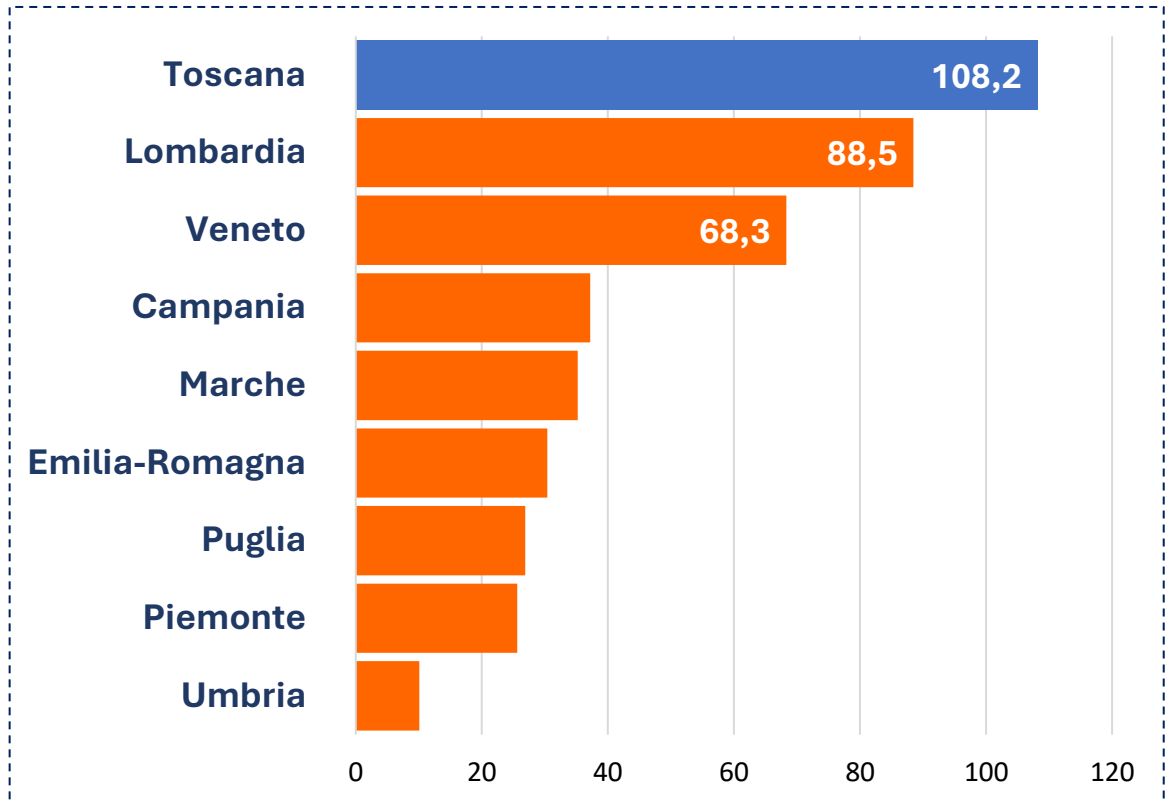
# **La rilevanza economica del settore**

# La moda in Italia, prima della crisi (2022)

## Valore aggiunto (mld di euro)



## Occupati (migliaia)

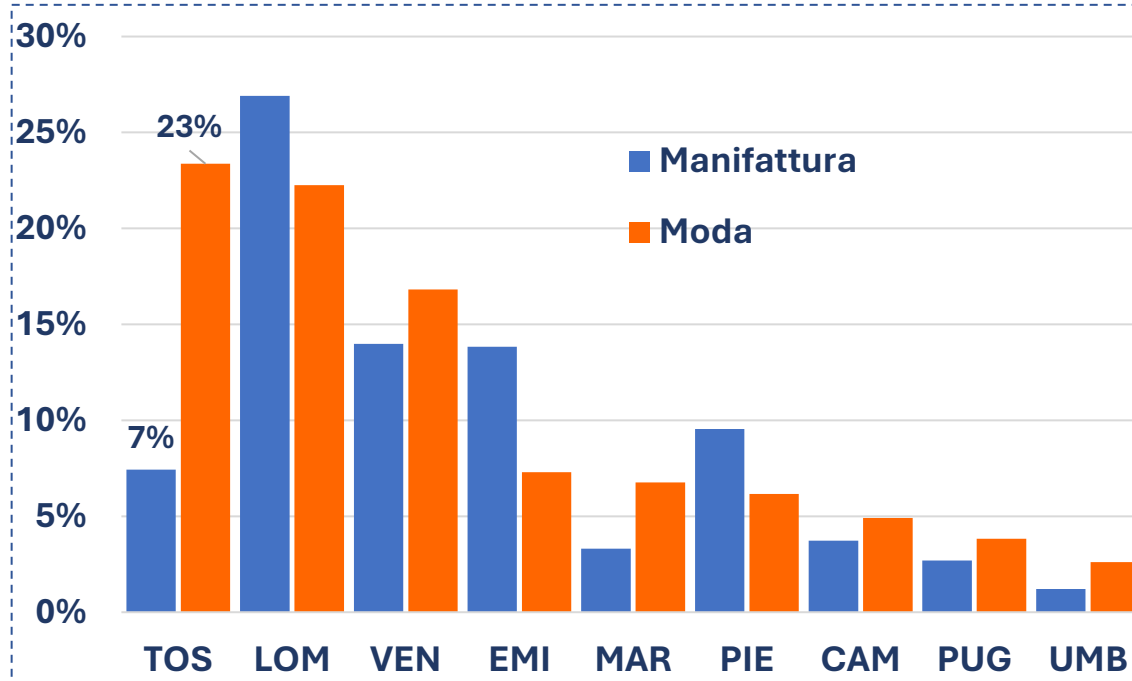


**MODA**

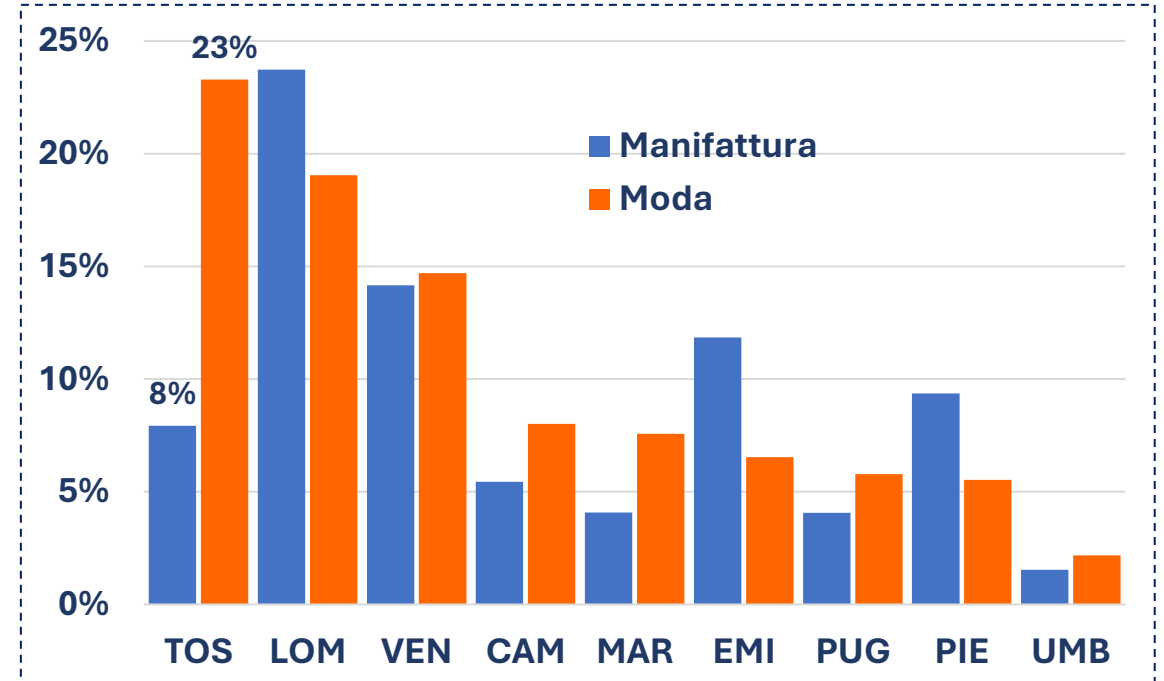
- Pelletteria → Concia, pelle, tintura, articoli da viaggio, calzature
- Abbigliamento → Confezionamento, maglieria
- Tessile → Filatura, tessitura, finissaggio

# La moda in Italia, prima della crisi (2022)

## Valore aggiunto (quota regionale su Italia)



## Occupati (quota regionale su Italia)

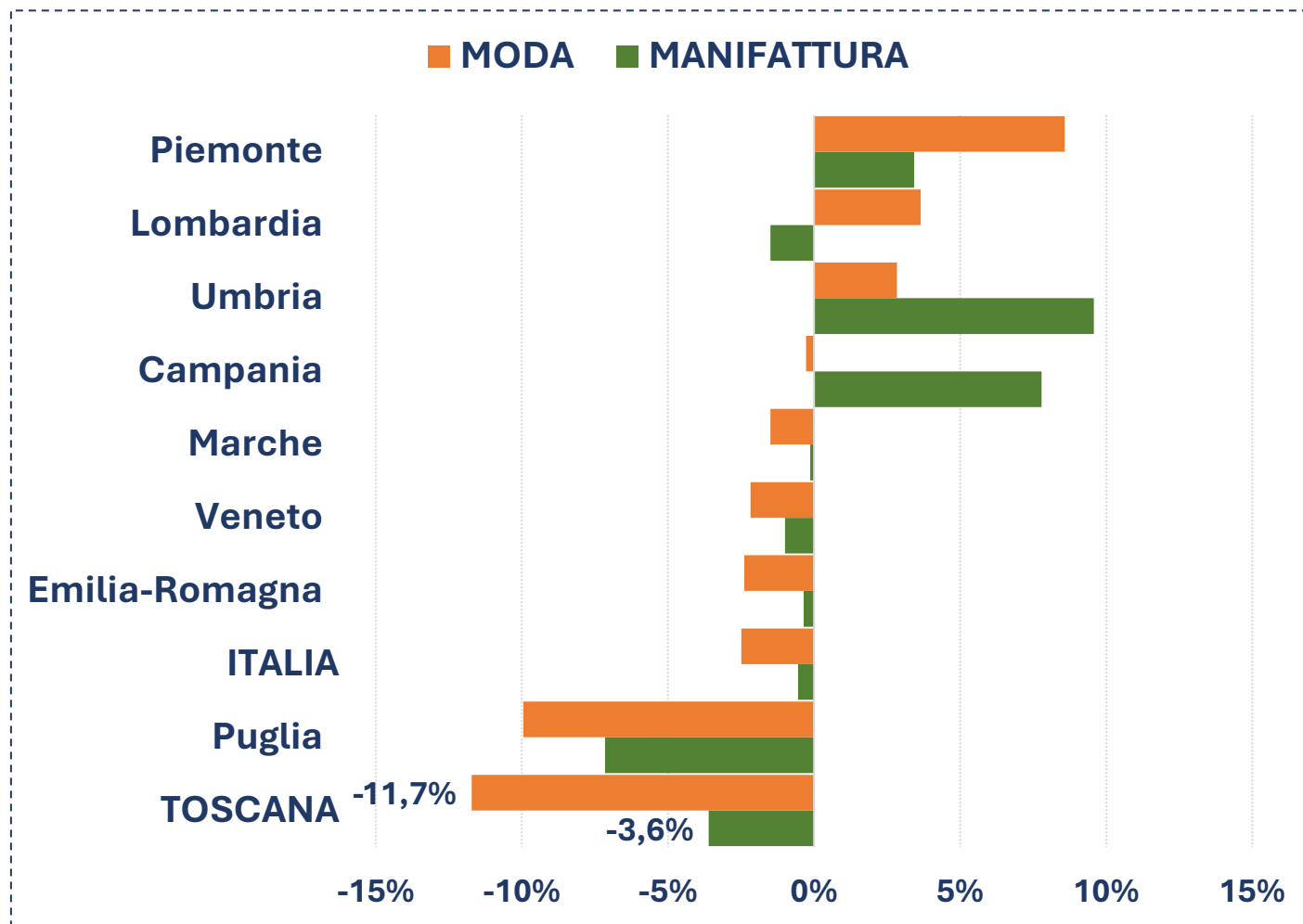


**MODA**

Pelletteria	➔	<u>Concia, pelle, tintura, articoli da viaggio, calzature</u>
Abbigliamento	➔	<u>Confezionamento, maglieria</u>
Tessile	➔	<u>Filatura, tessitura, finissaggio</u>

# Nel 2023 arriva la crisi

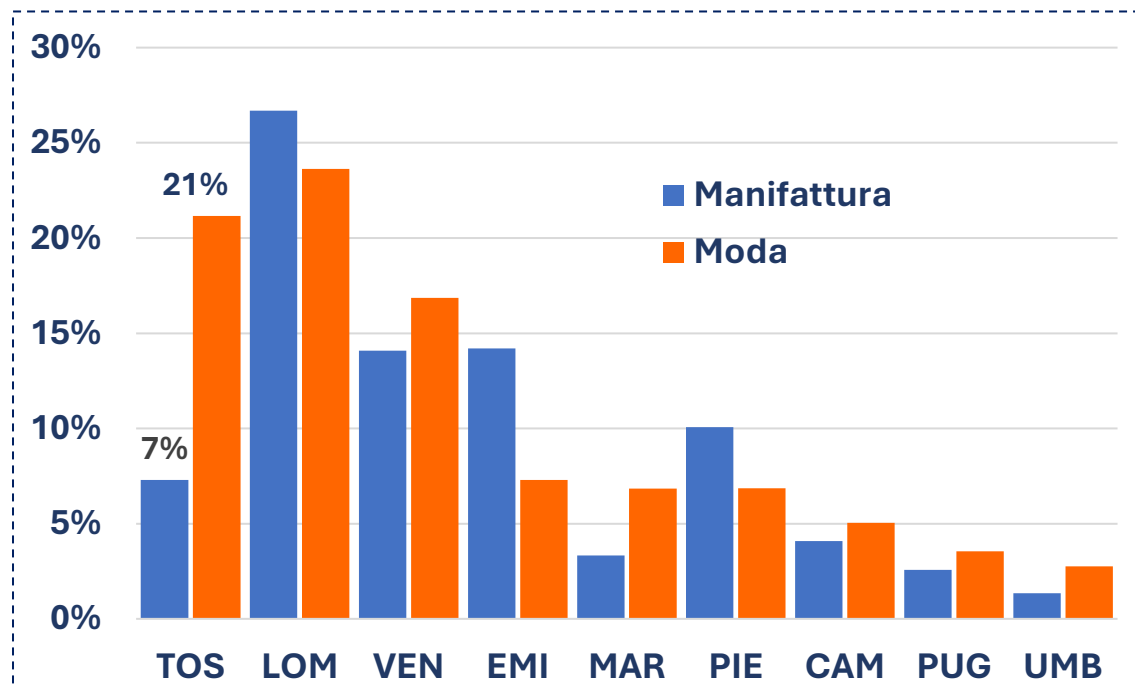
Valore Aggiunto dei settori della moda – esclusi i metalli. Variazioni % 2023/2022  
(valori concatenati con anno di riferimento 2020)



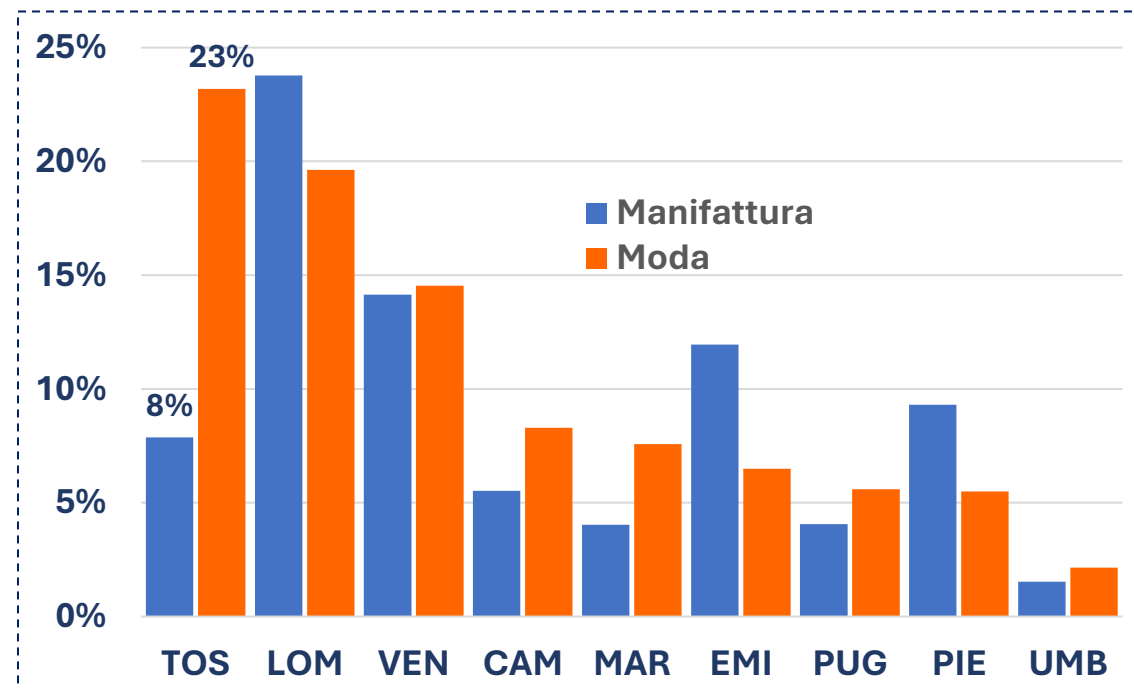
Data l'importanza del comparto moda la Toscana vede diminuire anche il Valore Aggiunto della manifattura nel complesso.

# La moda in Italia, dopo la crisi (2023)

## Valore aggiunto (quota regionale su Italia)



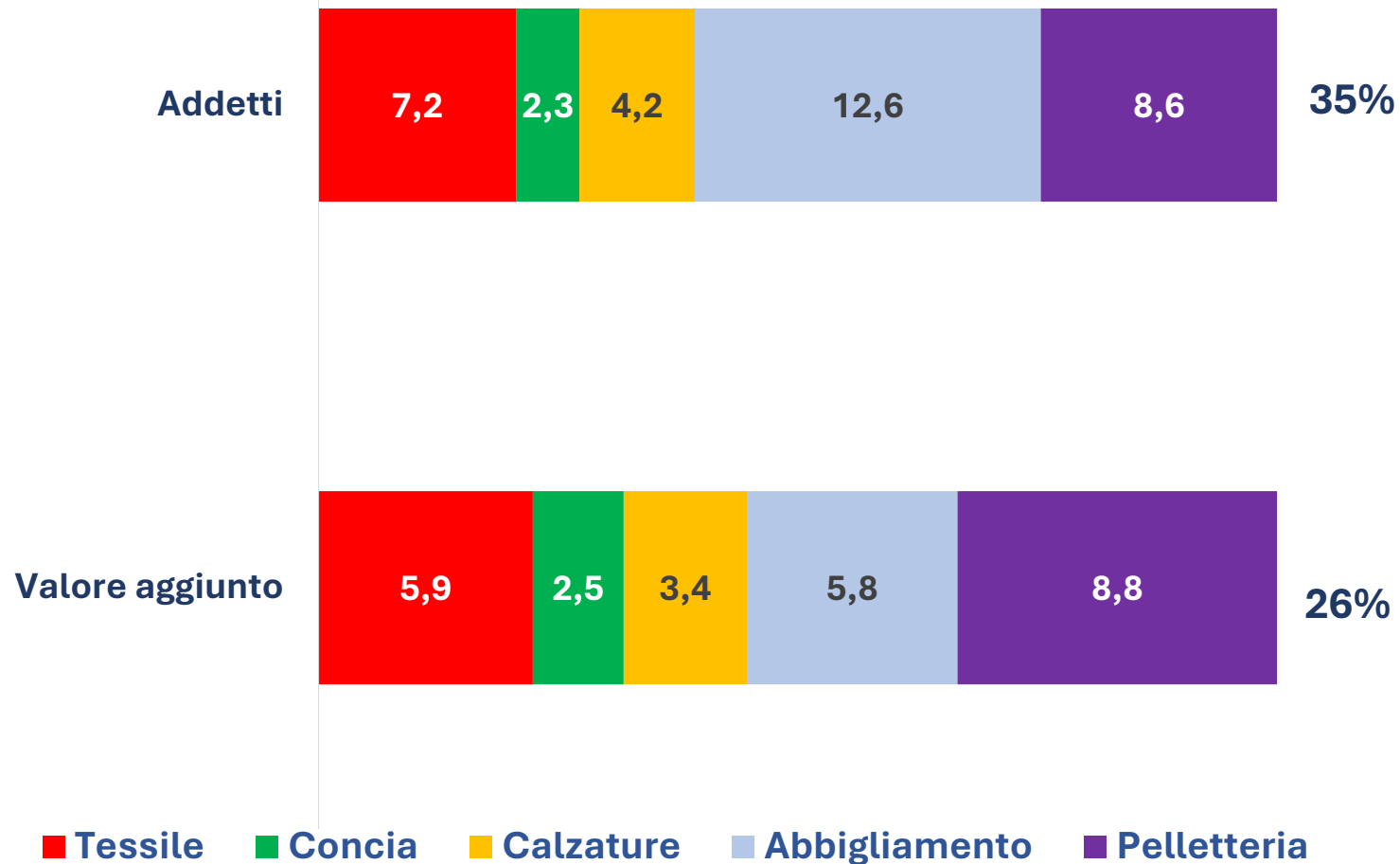
## Occupati (quota regionale su Italia)



La crisi della moda colpisce la Toscana, più di altre regioni e il peso della quota toscana sul valore aggiunto scende dal 23% al 21%, mentre resta invariata la relativa quota occupazionale (grazie al congelamento del lavoro)

# La moda in Toscana, peso su manifattura

## Peso % sulla manifattura toscana



La moda rappresenta oltre il 5% del PIL complessivo e il 6% degli occupati della Toscana

Tessile, concia, calzature, abbigliamento e pelletteria contribuiscono al 26% del valore aggiunto manifatturiero regionale. E assorbono il 35% degli addetti manifatturieri della regione

The background of the slide is a vibrant, abstract pattern. It features a dark blue base color, overlaid with various geometric shapes in bright colors like orange, light blue, yellow, green, and red. These shapes include circles, elongated ovals, and diagonal stripes, creating a dynamic and modern visual effect.

# **I territori della moda**



# La moda in Toscana: la distribuzione territoriale

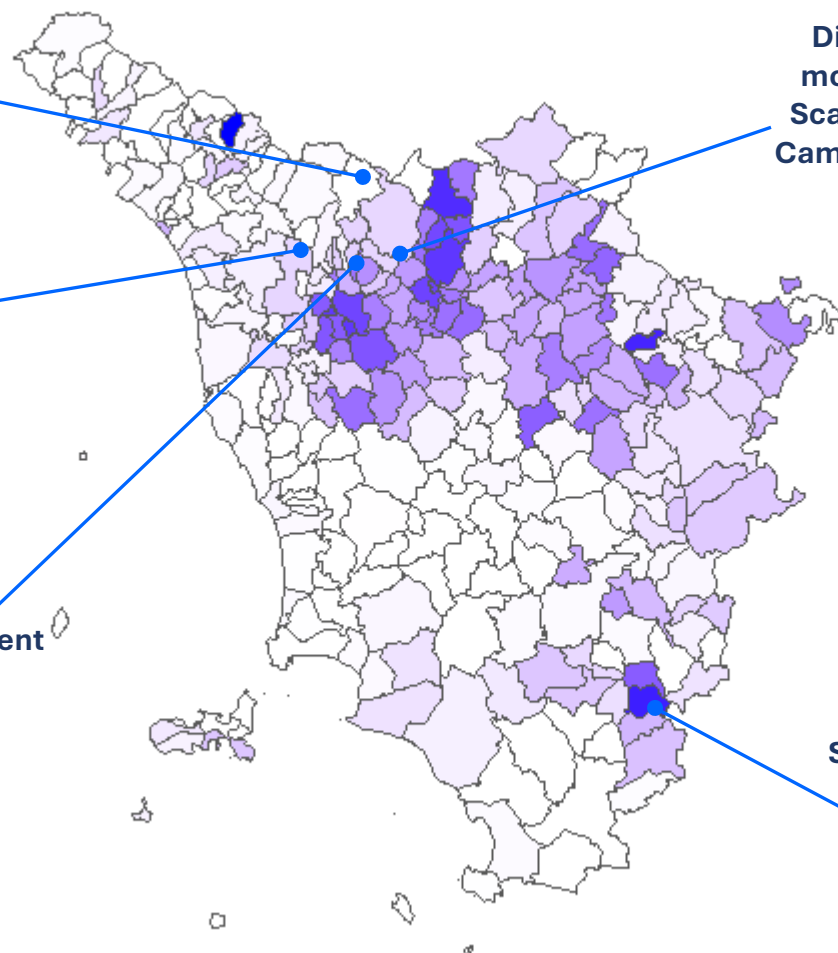
Distretto del tessile  
e abbigliamento  
Prato, Montemurlo e  
Carmignano

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

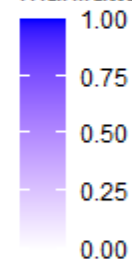
Distretto  
dell'abbigliamento  
o di Empoli

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

Stabilimenti produttivi  
di articoli in pelle di  
Piancastagnaio



quota addetti  
moda su tot  
manifatturiero



La Toscana ha 9 sistemi locali del lavoro  
specializzati nella moda su 48 secondo Istat

MONTECATINI-TERME	Calzature
BORG SAN LORENZO	minuteria metallica
CASTELFIORENTINO	pelle e cuoio
EMPOLI	tessile e abbigliamento
SAN MINIATO	Concia e calzature
MONTEVARCHI	pelletteria
SANSEPOLCRO	tessile e abbigliamento
PIANCASTAGNAIO	pelletteria
PRATO	tessile e abbigliamento

# La moda nella Città Metropolitana Fiorentina

	Imprese	Unità locali	Dipendenti	Addetti
<b>Pelletteria</b>	2,381	2,496	18,558	<b>21,052</b>
<b>Abbigliamento</b>	1,385	1,463	6,893	8,244
<b>Metalli</b>	784	847	5,575	6,115
<b>Calzature</b>	453	472	3,803	4,252
<b>Tessile</b>	300	315	2,397	2,717
<b>MODA</b>	5,303	<b>5,593</b>	37,226	<b>42,380</b>
<b>MANIFATTURA</b>	10,043	10,696	78,069	89,363
<b>TOTALE</b>	101,990	124,855	401,377	508,466

**42mila addetti sono il 47% degli addetti della manifattura e l'8% di quelli totali**

**Il 50% degli addetti della moda lavorano nella pelletteria**

# La moda nella Città Metropolitana Fiorentina

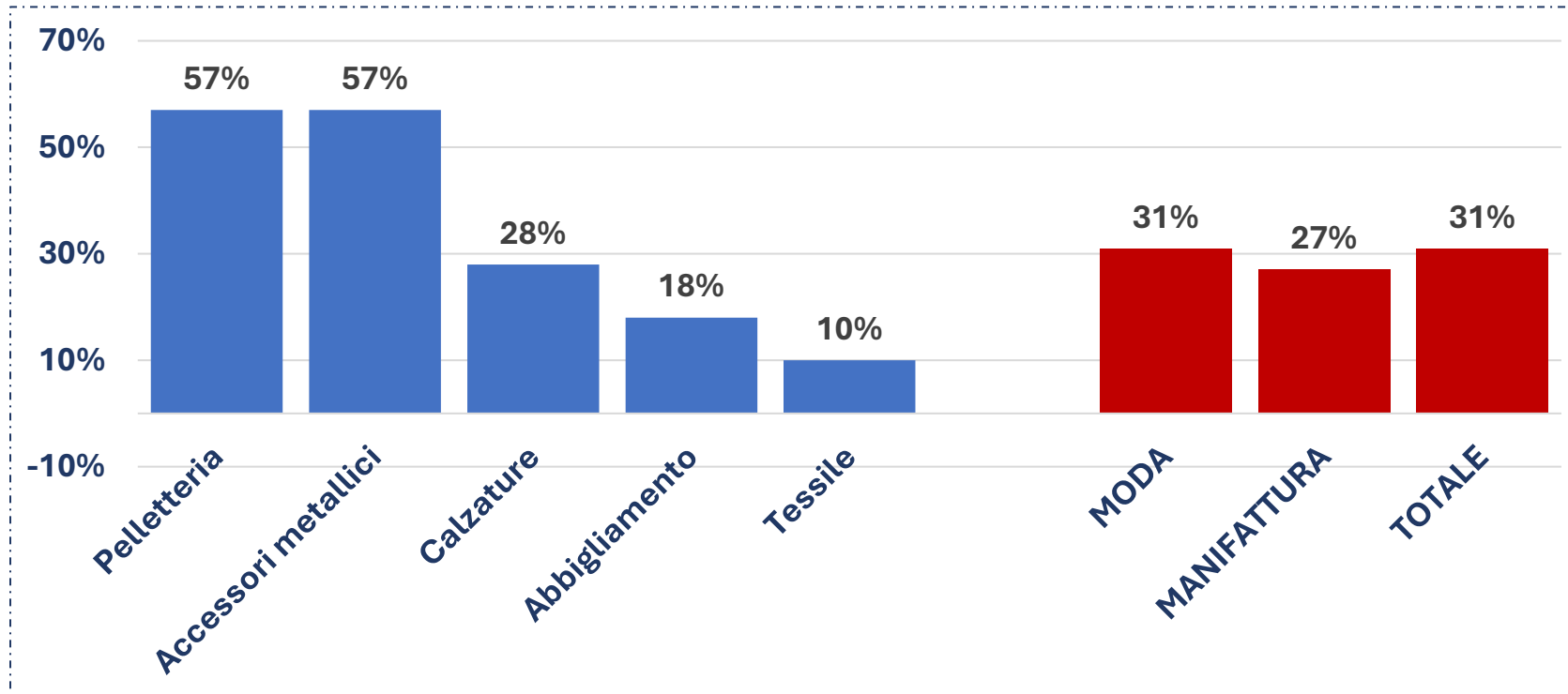
	Imprese	Unità locali	Dipendenti	Addetti	% SU MANIFATTURA	ADDETTI % SU MODA	% SU TOTALE
<b>Pelletteria</b>	2,381	2,496	18,558	<b>21,052</b>	<b>23,6%</b>	<b>50%</b>	<b>4,1%</b>
<b>Abbigliamento</b>	1,385	1,463	6,893	8,244	<b>9,2%</b>	<b>19%</b>	<b>1,6%</b>
<b>Metalli</b>	784	847	5,575	6,115	<b>6,8%</b>	<b>14%</b>	<b>1,2%</b>
<b>Calzature</b>	453	472	3,803	4,252	<b>4,8%</b>	<b>10%</b>	<b>0,8%</b>
<b>Tessile</b>	300	315	2,397	2,717	<b>3,0%</b>	<b>6%</b>	<b>0,5%</b>
<b>MODA</b>	5,303	<b>5,593</b>	37,226	<b>42,380</b>	<b>47,4%</b>	<b>100%</b>	<b>8,3%</b>
<b>MANIFATTURA</b>	10,043	10,696	78,069	89,363	<b>100,0%</b>		<b>17,6%</b>
<b>TOTALE</b>	101,990	124,855	401,377	508,466			<b>100,0%</b>

**42mila addetti sono il 47% degli addetti della manifattura e l'8% di quelli totali**

**IL 50% degli addetti della moda lavorano nella pelletteria**

# La moda nella Città Metropolitana Fiorentina

## Peso addetti Città metropolitana di Firenze su Toscana



**Forte specializzazione nella pelletteria e nella produzione di accessori metallici**

**Entrambe rappresentano il 57% degli addetti di questi settori in regione**

**Gli addetti delle lavorazioni della moda nell'area rappresentano il 31% del totale regionale**

# L'importanza del SLL Fiorentino e di Scandicci

	Città Metropolitana	SLL Firenze	di cui: Scandicci	Peso SLL Firenze su Città metropolitana	Peso Scandicci su SLL Firenze
Pelletteria, concia	21,052	19,756	7,909	94%	40%
Metalli	6,115	4,645	1,368	76%	29%
Abbigliamento	8,244	3,673	490	45%	13%
Calzature	4,252	1,351	43	32%	3%
Tessile	2,717	2,000	121	74%	6%
<b>MODA</b>	<b>42,380</b>	<b>31,425</b>	<b>9,932</b>	<b>74%</b>	<b>32%</b>
MANIFATTURA	89,363	67,611	12,855	76%	19%
<b>TOTALE</b>	<b>508,466</b>	<b>381,983</b>	<b>28,896</b>	<b>75%</b>	<b>8%</b>

Il Sistema Locale del lavoro di Firenze rappresenta il 74% degli addetti alla moda nella Città Metropolitana, il 94% della pelletteria.

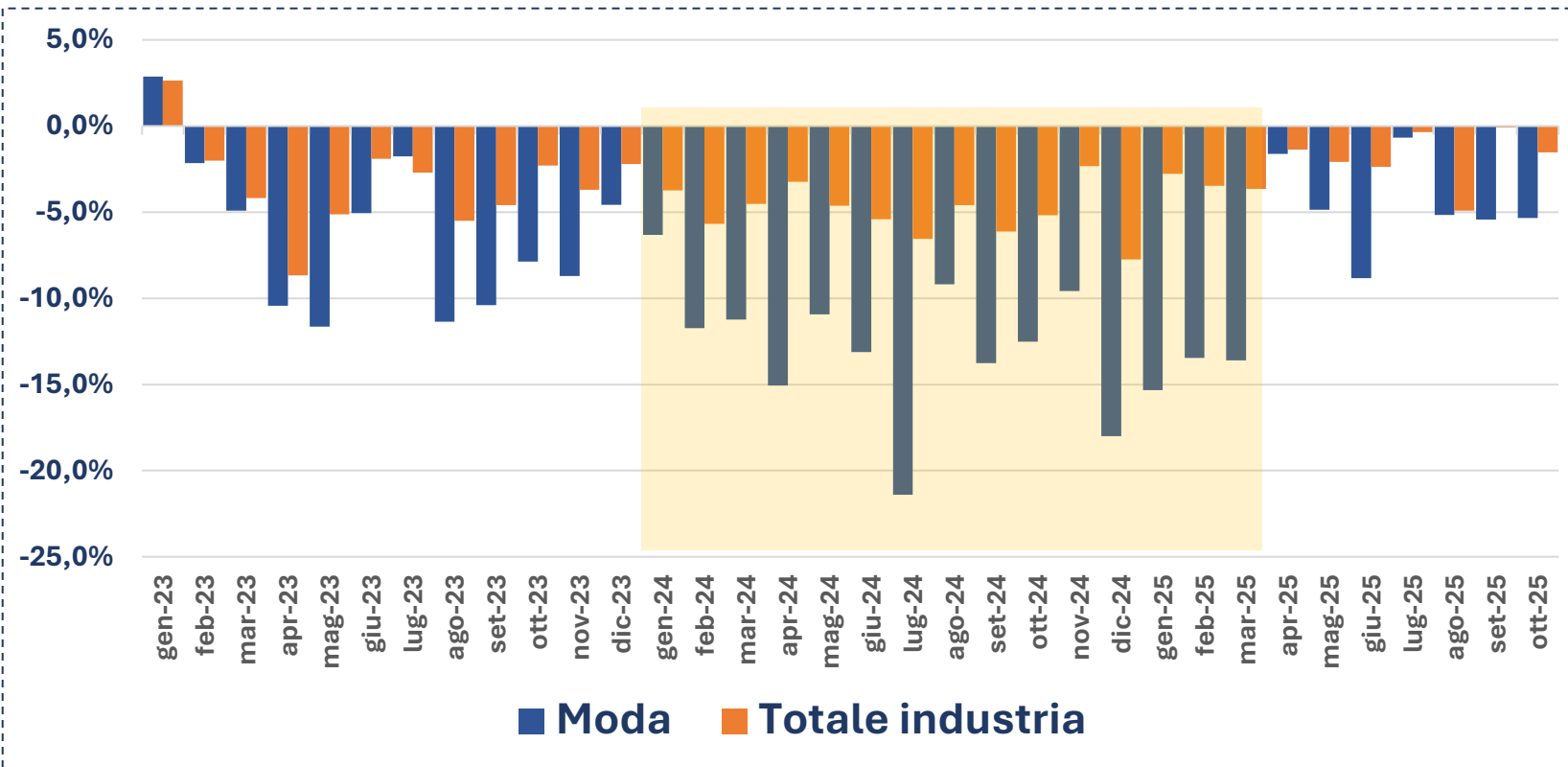
Scandicci è il fulcro della pelletteria fiorentina con il 40% degli addetti nel sistema.

The background of the slide is a vibrant, abstract pattern. It features a dark blue base color, overlaid with various geometric shapes in bright colors including orange, light blue, yellow, green, and red. These shapes include circles, ovals, and elongated, rounded rectangles, some of which are oriented diagonally, creating a dynamic and modern visual effect.

# **Evidenze della crisi**

# La produzione industriale - Toscana

## Variazioni tendenziali



La flessione della produzione della moda sopravanza quella complessiva dell'industria da gennaio 2023

Ci sono da fine 2025 segnali di rallentamento della caduta, ma non ancora una inversione di tendenza

# Le esportazioni nella moda - Toscana

## Variazioni tendenziali

	Filati e tessuti	Abbigliamento (tessile e pelliccia)	Maglieria	Cuoio e Pelletteria	Calzature	Moda
2023- 2° trim	-8,2%	-6,9%	-17,1%	-12,3%	-19,6%	-12,1%
2023- 3° trim	-15,5%	-10,3%	-10,6%	-10,7%	-26,5%	-14,1%
2023- 4° trim	-15,7%	-8,6%	-11,4%	-12,1%	-25,8%	-14,0%
2024-1° trim	-13,2%	3,5%	4,4%	-20,9%	-21,4%	-12,5%
2024-2° trim	-10,9%	-10,4%	-18,2%	-13,6%	-24,4%	-14,6%
2024-3° trim	-6,7%	-7,0%	-10,5%	-21,5%	-18,2%	-14,3%
2024-4° trim	-2,4%	-14,4%	-11,2%	-25,6%	-15,0%	-17,3%
2025-1° trim	-2,6%	-19,7%	-21,6%	-21,0%	-18,6%	-18,3%
2025-2° trim	-1,7%	7,1%	5,4%	-3,4%	17,6%	3,6%
2025-3° trim	3,2%	17,4%	17,1%	9,6%	22,8%	13,8%

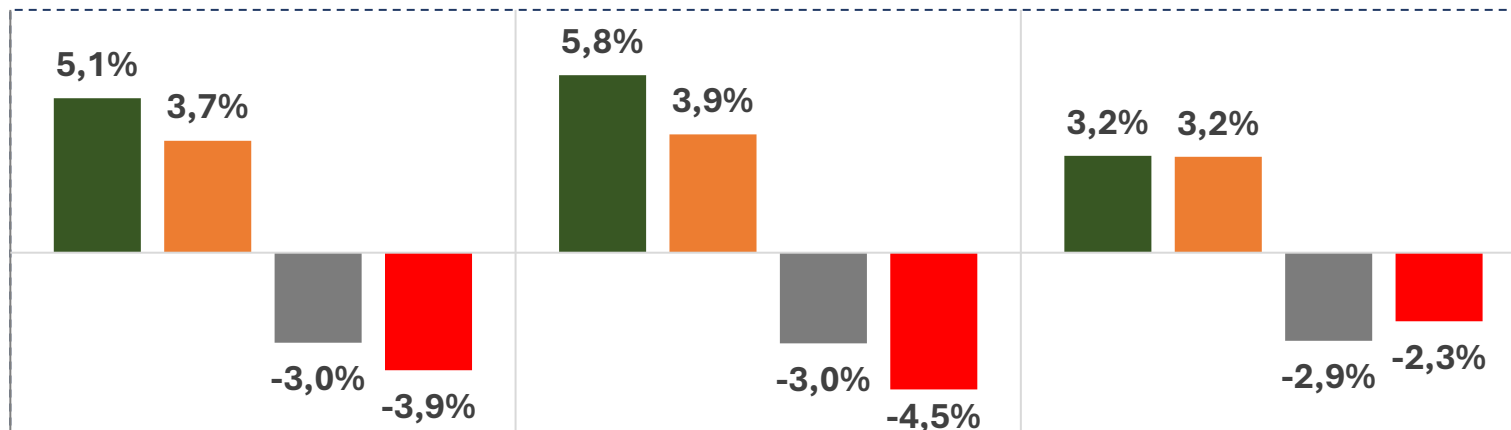
I segnali di ripartenza sono più incoraggianti sul fronte delle esportazioni che tornano a mostrare segni positivi (in tutti i comparti nel 3° trim 2025)

Ma negli ultimi 12 trimestri, la moda toscana ha perso un quinto (-21%) del fatturato esportato, a fronte del -7% registrato dalle stesse specializzazioni nel resto d'Italia

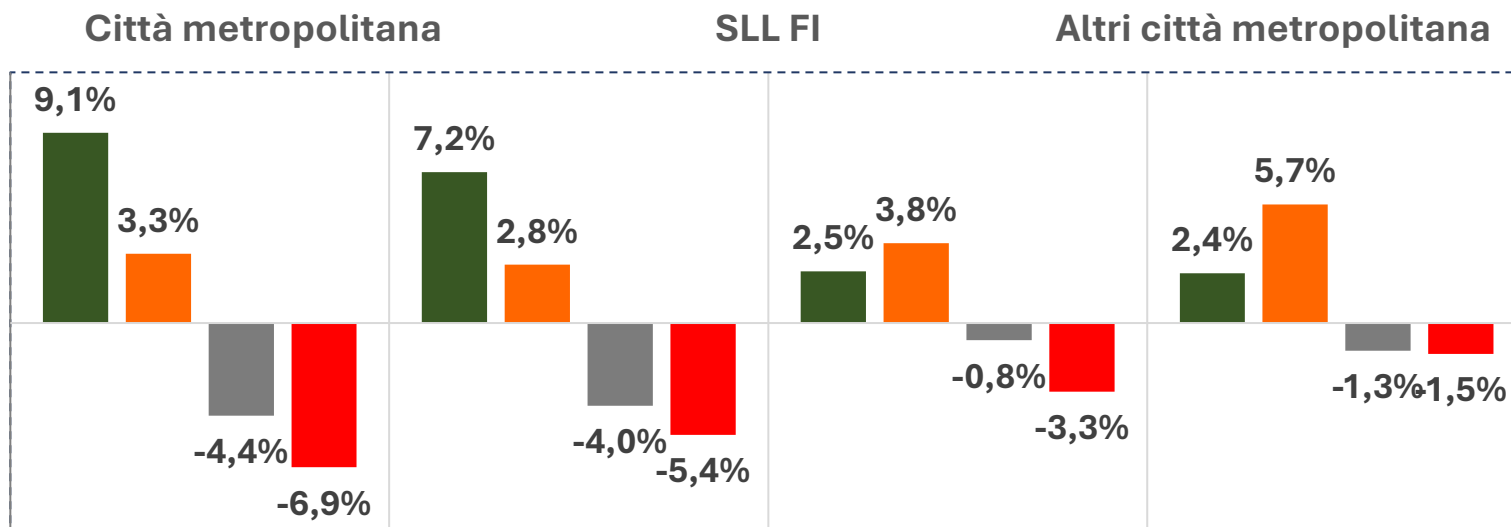


# La contrazione del lavoro dipendente

■ 2022 ■ 2023 ■ 2024 ■ 2025 gen-set



**Nel 2024 il Sistema Fiorentino ha la stessa perdita della Città Metropolitana ma un risultato peggiore nei primi 9 mesi del 2025**

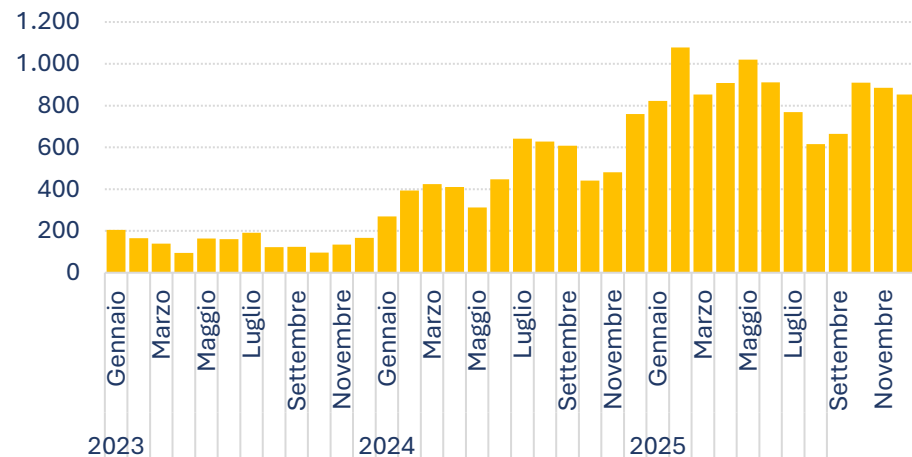


**All'interno del Sistema Fiorentino Scandicci e i comuni a maggiore specializzazione nella pelletteria hanno perdite superiori alla media dell'area**

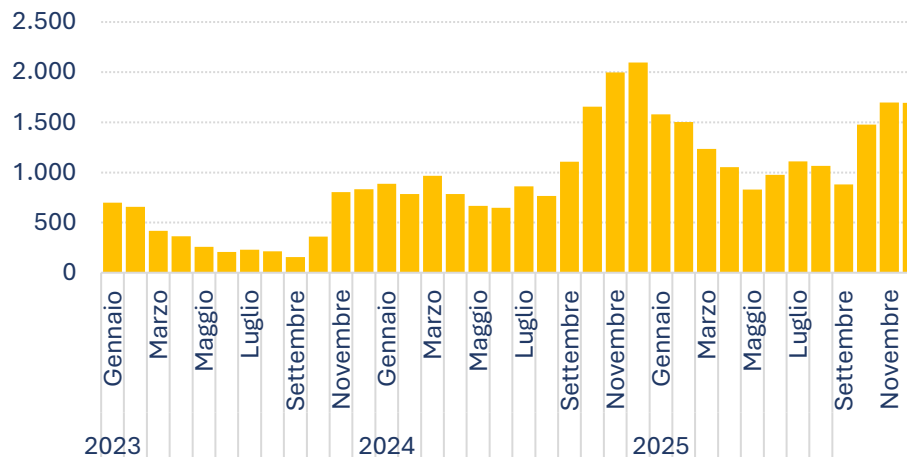
# Toscana: ammortizzatori sociali nella moda

Stima numero dipendenti in CIG per mese. Anni 2022-2025.

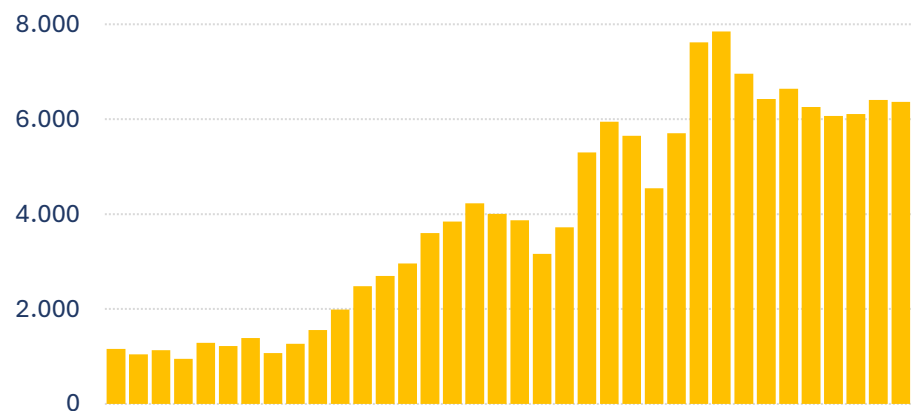
## Abbigliamento



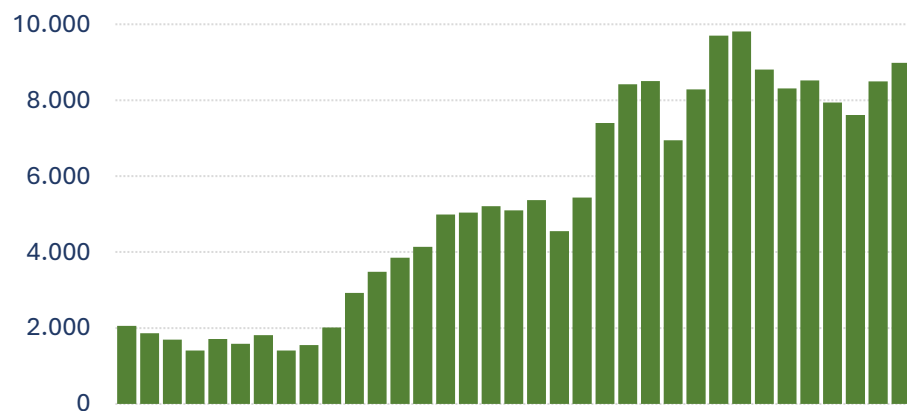
## Tessili



## Pelli, cuoio e calzature



## MODA



Dal 2023 il ricorso agli ammortizzatori nella Città Metropolitana si è fatto più intenso rispetto alla media regionale

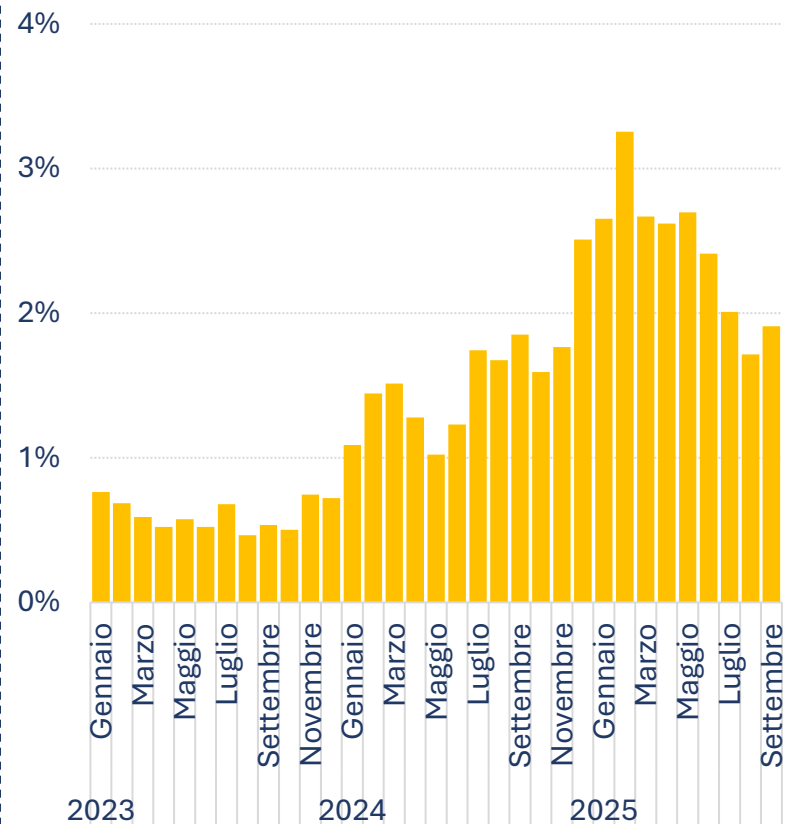
**Peso dipendenti MODA in CIG nella Città Metropolitana su Toscana**

2023	34%
2024	43%
2025	49%

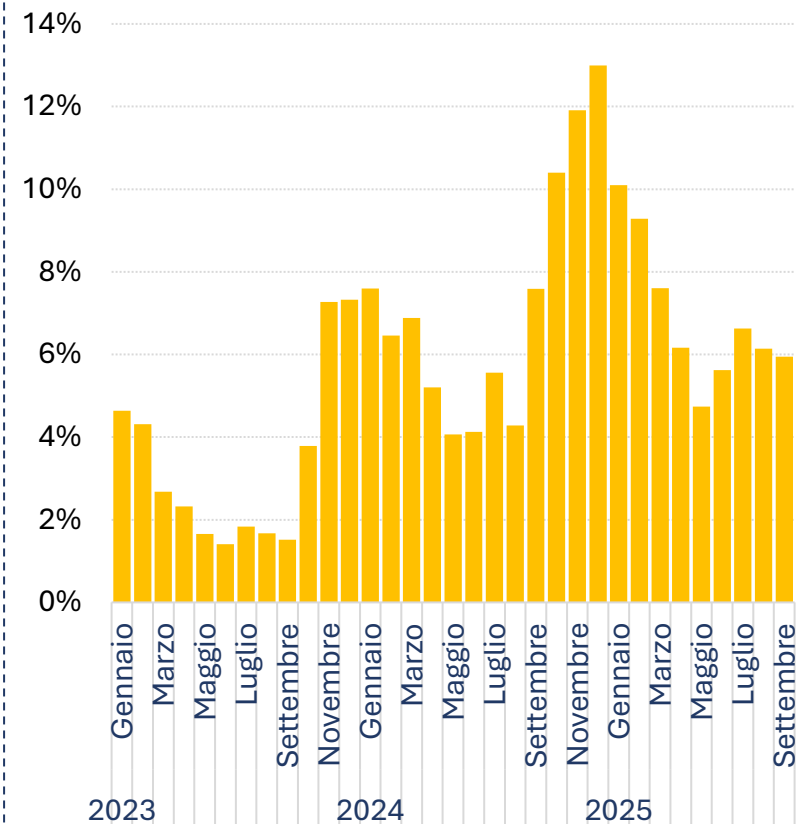
# Toscana: ammortizzatori sociali nella moda

Stima incidenza numero dipendenti in CIG per mese su dipendenti medi nel mese.  
Gennaio 2023 - settembre 2025.

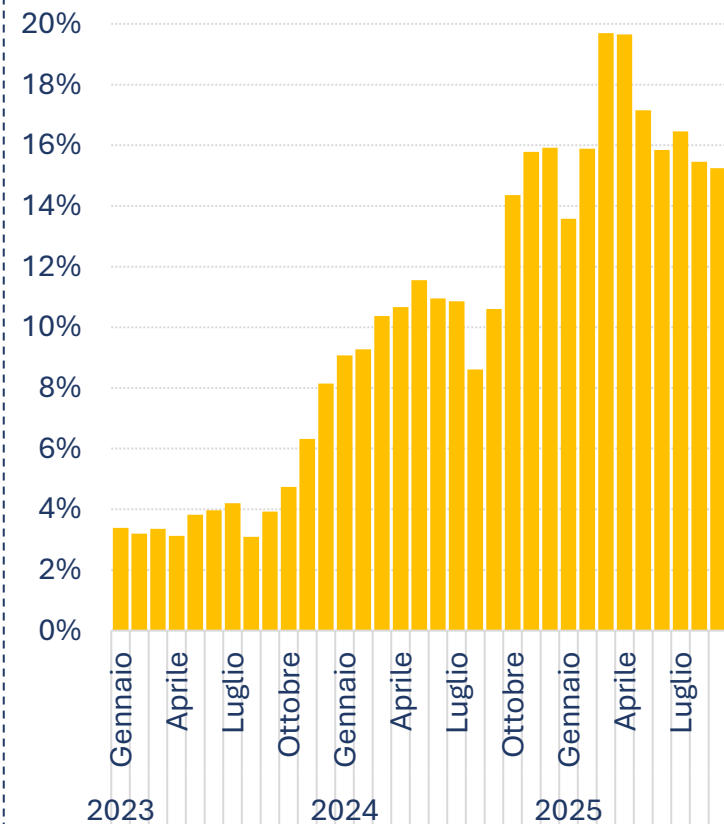
## Abbigliamento



## Tessili

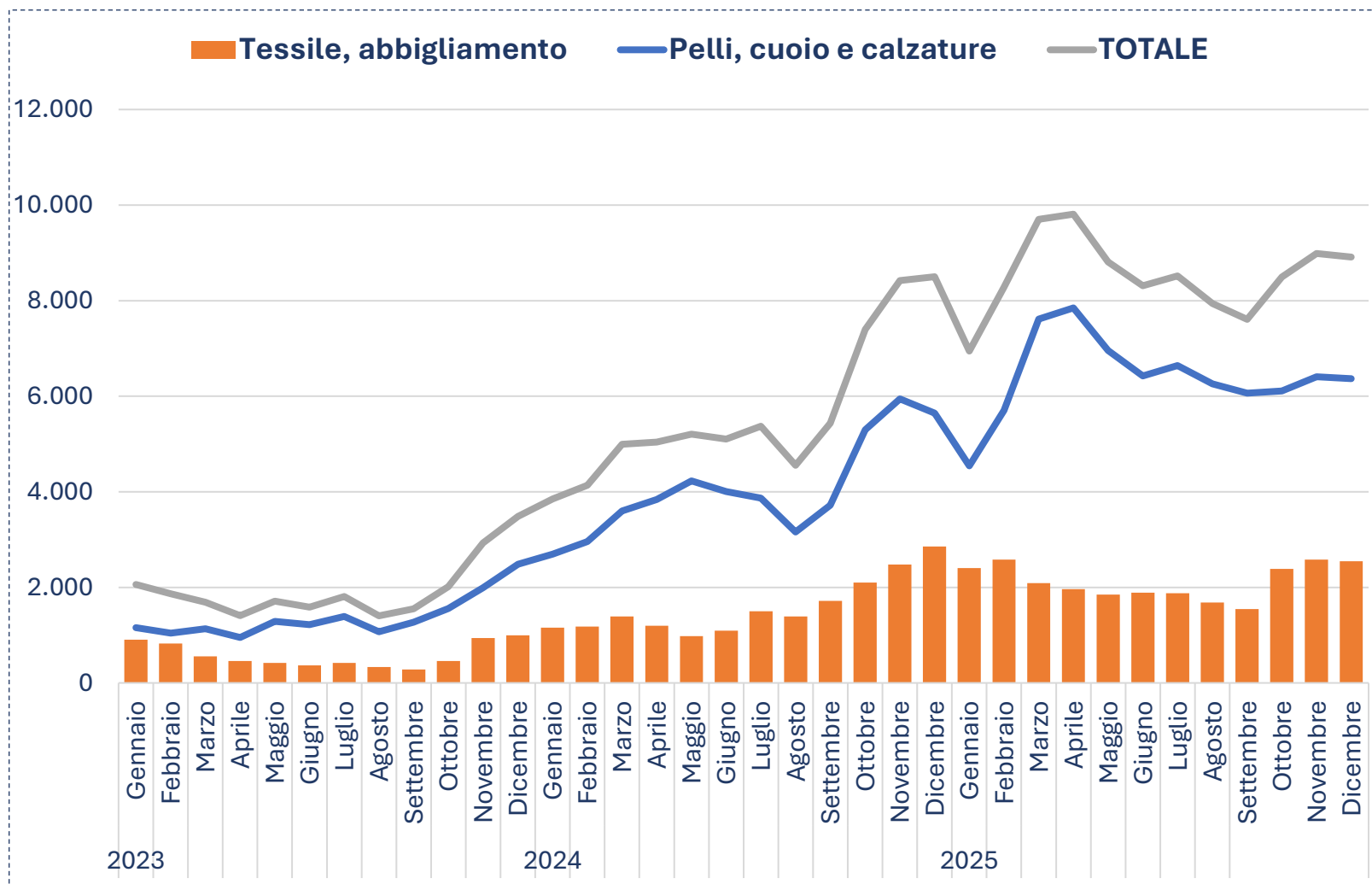


## Pelli, cuoio e calzature



# Toscana: ammortizzatori sociali nella pelletteria

Stima numero dipendenti in CIG per settore e mese. Anni 2023-2025.



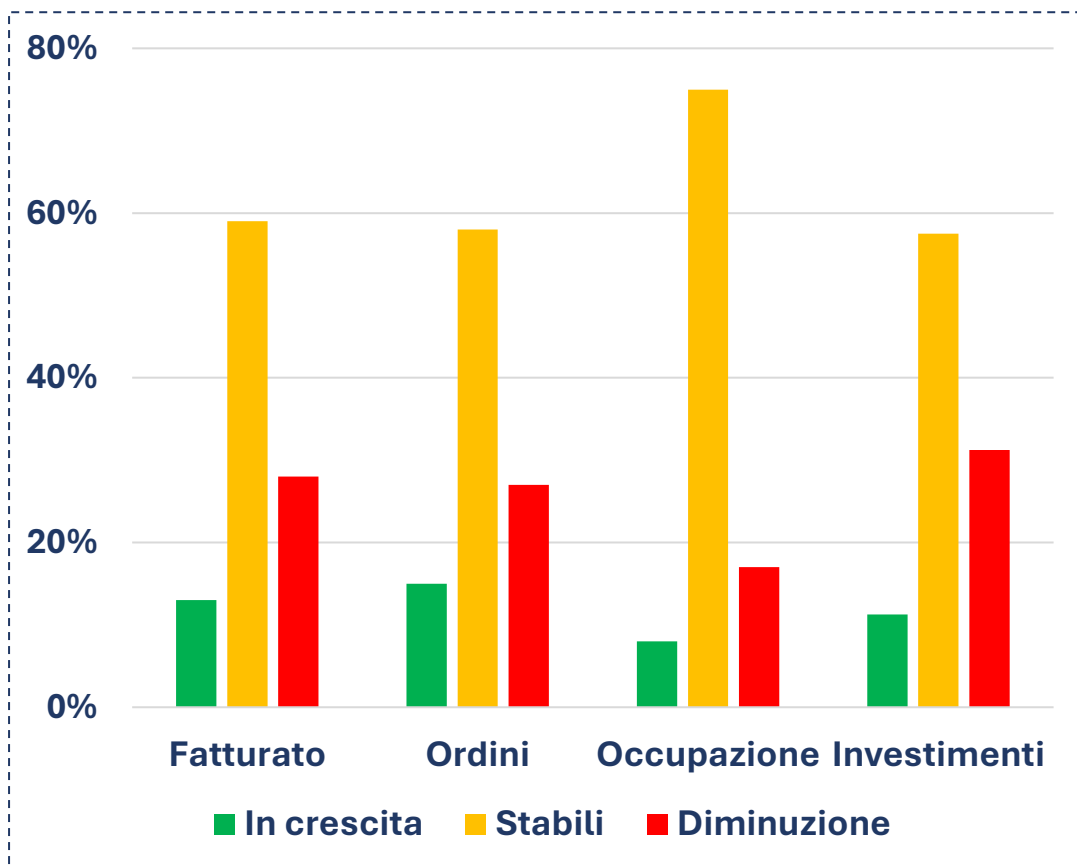
I dipendenti della pelletteria costituiscono nel 2025 il 42% del comparto moda, in termini di CIG rappresentano **il 75%**:

Dipendenti medi mensili in CIG nella pelletteria durante il 2025: **6.412**.

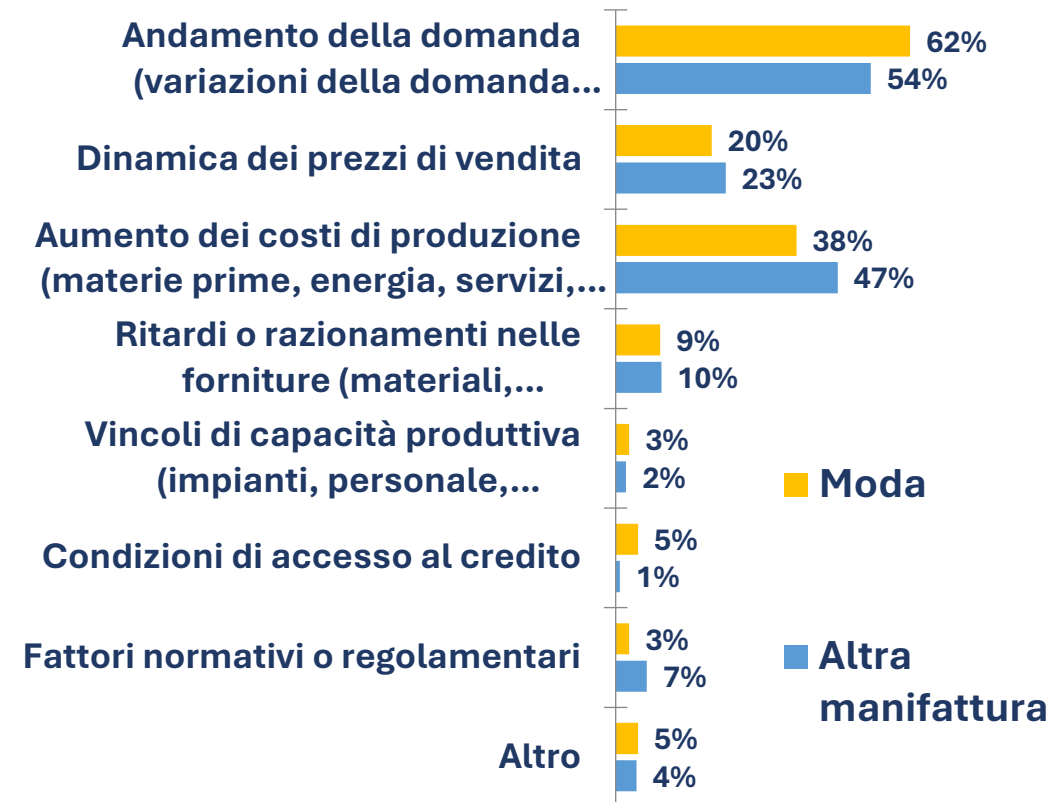
Nel totale delle lavorazioni moda: **8.527**

# La crisi nella percezione delle imprese della moda

## Dinamiche previste per il 2026

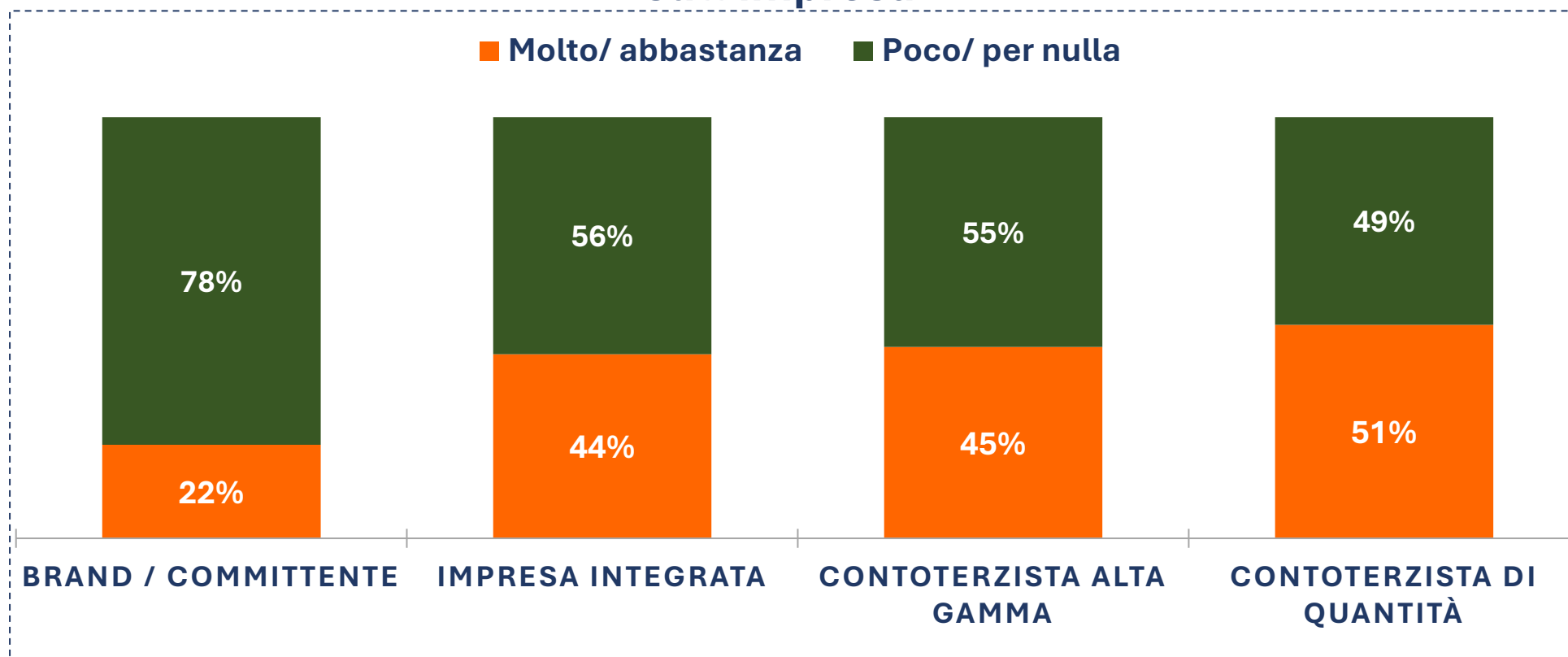


## Motivi di preoccupazione, causa di crisi



# La crisi nella percezione delle imprese della moda

## L'impatto previsto dei dazi e delle tensioni commerciali sull'impresa



The background is a solid purple color. It is decorated with various colorful geometric shapes, including circles, ovals, and elongated rounded rectangles. The colors used for these shapes include blue, orange, red, yellow, green, and light purple. These shapes are scattered across the entire background, some overlapping each other.

**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.
- La novità 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.

# **IL SETTORE MODA**

## **A che punto è la crisi?**

**D.Marinari, N. Sciclone**

**Sala Pistelli Palazzo Medici Riccardi -Firenze**



**IRPET** Istituto Regionale  
Programmazione  
Economica  
della Toscana