

L'ECONOMIA

MACERATA Gli ultimi dati dell'export infondono fiducia al settore moda. Secondo i numeri diffusi da Confartigianato, nel terzo trimestre 2022, il comparto moda è cresciuto del 29,3% nella provincia di Macerata. Anche se l'aumento è inferiore alle altre province di riferimento (Fermo +39,7% e Ascoli Piceno +32,2%), e la base di paragone è piuttosto bassa, la crescita denota un settore calzaturiero in buona salute e che vuole recuperare posizioni.

Le fiere

I prossimi saloni Micam, Mipel, TheOneMilano, Lineapelle e White (in successione dal 19 al 27 febbraio) saranno importanti per consolidare questo trend. E per aumentare le vendite all'estero. Nei primi nove mesi del 2022 i migliori mercati di destinazione della moda maceratese sono stati gli Stati Uniti, che hanno beneficiato del cambio tra dollaro ed euro. L'export a stelle e strisce è cresciuto del 54,5% rispetto all'analogo periodo del 2021. Bene anche il Regno Unito (+53,6%), e i due principali mercati di riferimento del settore: Germania (+23,4%) e Francia (+23,9%). Un aumento che ha compensato la debacle della Russia che, a causa della guerra e delle sanzioni

Bene Usa e Regno Unito oltre che Germania e Francia che compensano il crollo della Russia

Export, vola il settore moda «Torna a crescere la fiducia»

Nel Maceratese +29,3% nel terzo trimestre 2022. Amaranti: «C'è voglia di lavorare»



Capponi e Amaranti

commerciali, ha perso il 18,9%. La Cina (+120,5%) è il mercato maggiormente in espansione ma ciò è dato anche dalla bassa base di comparazione data dal 2021.

Segnali

«Questo imminente tour fieristico viene anticipato da segnali davvero interessanti» afferma Moira Amaranti, presidente nazionale della calzatura di Confartigianato Imprese. «Gli imprenditori, così come i clienti, vogliono rimettersi in

gioco quanto prima. Ma, soprattutto, vediamo che c'è una gran voglia di tornare a lavorare seguendo quella stagionalità stravolta prima da anni di pandemia, e ora dalla crisi economica» osserva ancora l'imprenditrice calzaturiera maceratese che prosegue: «In passato, riuscivamo ad operare con una programmazione certissima e questo modus era sicuramente vantaggioso per tutti. L'augurio è che si continui a puntare e ad investire su quei distretti industriali che sono ancora la costola produttiva del nostro Sistema Paese. Il made in Italy è sempre quel

brand dalle potenzialità uniche».

Paolo Capponi, responsabile export Confartigianato, sottolinea come l'associazione abbia avviato progetti di sviluppo per le imprese: «faccio riferimento all'evento Artisanal Evolution che darà respiro alle aziende nella settimana della moda: i brand saranno così presenti anche negli showroom più prestigiosi di Milano e qui avranno ulteriori possibilità per far conoscere le proprie collezioni».

Massimiliano Viti

RIPRODUZIONE RISERVATA

