

**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, so-

prattutto, 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

