

Scenari

# De Matteis: «Spero in un menswear a +5% nel 2024. Il governo ci segue»

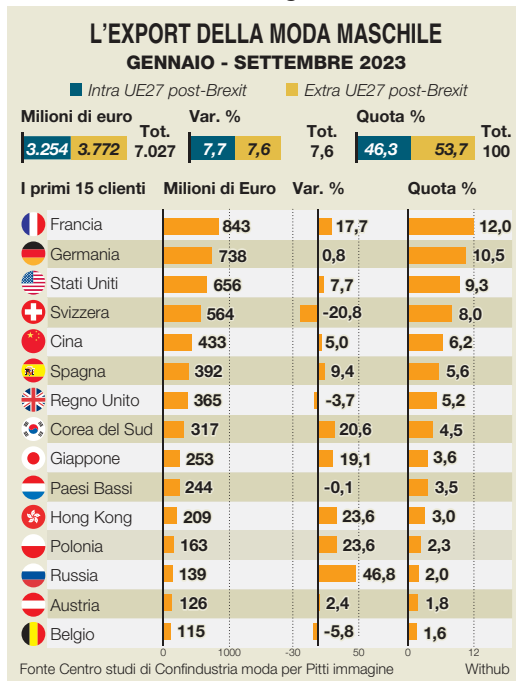
«Il 2023 è stato un ottimo anno. Dovrebbe chiudere a +6-7% sopra gli 11 miliardi», spiega a MFF il presidente di Pitti immagine. Che, dopo un terzo trimestre rallentato, vede segnali positivi su novembre e dicembre. Un trend atteso anche per il prossimo anno. «L'esecutivo, finalmente, ci riconosce come grande industria nazionale». **Tommaso Palazzi**

«Sono ottimista. Il 2023 secondo me si chiuderà meglio del previsto. I dati di novembre e dicembre (che saranno elaborati dagli analisti solo entro il mese prossimo, ndr) per quello che posso vedere dal mio lavoro, sono incoraggianti». **Antonio De Matteis**, presidente di **Pitti immagine** e ceo di **Kiton** non usa mezzi termini. Con il suo aplomb partenopeo analizza con il dettaglio i numeri elaborati da Confindustria moda per il menswear italiano fino a fine settembre. Nei primi nove mesi del 2023 l'export di moda maschile fa registrare un aumento del +7,6%, portandosi a quota 7 miliardi di euro, mentre l'import appena dello 0,2%, per un totale di 5,2 miliardi. Il saldo commerciale risulta di 1,8 miliardi, mostrando un incremento di circa 487 milioni (+36,8%) rispetto al dato dei primi nove mesi del 2022. Dopo il forte rimbalzo seguito al Covid, con ricavi per 11,23 miliardi nel 2022, il 2023 si conferma un anno di crescita decisamente più moderata. «Pitti uomo arriva dopo un'edizione estiva molto positiva che segue l'andamento dinamico dei mercati, sulla quale ha influito la ripresa del flusso turistico», prosegue l'imprenditore. «Nello scenario che andremo ad affrontare regna sicuramente incertezza,



Antonio De Matteis

ci sono due guerre in atto con segnali di preoccupazione. Lo vediamo anche dai risultati trimestrali dei grandi gruppi che portano avanti performance meno importanti ma comunque sempre in crescita. Questo ci fa guardare al domani con positività». E allora, cosa si aspetta per il 2024 appena iniziato? «Fare previsioni è complesso, ma non voglio sottrarmi. Anche nello scenario internazionale toccato da criticità, credo che la richiesta di qualità, che continua da molti mercati, ci possa portare a un incremento del 4-5% nel 2024». Ma quali sono gli sbocchi che trainano questa crescita? «La Francia (primo mercato di sbocco a +17%, ndr) è secondo me legata dinamiche industriali con i gruppi transalpini.



Ma Stati Uniti (+8% e terzo mercato), Cina (quinto mercato), il ritorno importante di Hong Kong (+23%) e la conferma della Corea (+21%) e Giappone (+19%) sono segnali importanti». Confindustria

moda conferma che il contesto economico attuale vede, dopo mesi caratterizzati da un'inflazione senza precedenti, il rallentamento di molte importanti economie e un clima di sempre maggior incertezza.

In tutto questo, come valuta il presidente De Matteis l'azione del governo, che con il ministro **Adolfo Urso** ha varato il primo **Ddl Made in Italy**? «Il governo, finalmente, riconosce la moda come un comparto strategico per l'economia nazionale. Già questo è un passo importante. Sicuramente non tutto è stato messo a terra, ma quest'attenzione mi sembra di per sé un fatto positivo». Quali sono, secondo il chairman della rassegna fiorentina, le azioni più urgenti che il governo dovrebbe attuare per sostenere l'industria fashion italiana? «Senz'altro l'industrializzazione delle aziende medio-piccole, con strumenti come l'Ice». In conclusione, quindi, come vede questo inizio d'anno? «Noi produttori abbiamo avuto negli ultimi anni un aumento dei costi per materie prime ed energia che ha limitato l'accelerazione, ma rimango positivo per la qualità Made in Italy che contraddistingue il comparto. Credo che nei momenti difficili i buyer accolgano il cambiamento, sono sicuro che sarà un'edizione di grande successo». Pitti uomo, insomma, sarà da oggi un termometro del mercato sullo status quo e le prospettive di breve-medio termine. Intercettando gli orientamenti dei principali player e buyer del settore. (riproduzione riservata)

segue da pag. I

si è appena concluso ha assistito a una significativa frenata a partire dalla fine dell'estate sia per motivi legati al fattore climatico sia per la crisi geopolitica in atto. (vedere altro articolo in pagina). «Nel momento in cui le situazioni sono complesse, i buoni appuntamenti come **Pitti uomo** diventano più indispensabili. In questi frangenti, le aziende hanno bisogno di incontrarsi e di confrontarsi. La comunità che gira intorno al business dell'uomo ha bisogno di fare quadrato e di capire quale strategia adottare», ha sottolineato a **MFF Raffaello Napoleone**. «Siamo infatti pieni in tutti i ranghi. **Firenze Fiera** ha iniziato i lavori di recupero e un quarto della Fortezza è occupato dai cantieri quindi, per forza di cose, abbiamo dovuto effettuare una selezione delle aziende partecipanti. Comunque, la situazione dei brand è molto positiva con un programma di promozione per gli eventi decisamente buono». Dagli show del guest designer **Luca Magliano** a quelli di **S.S. Daley** e **Todd Snyder**, passando per il lancio della collaborazione tra **Tod's** e **Lamborghini**, che sarà svelata alla Leopolda, fino alla presentazione della collezione di debutto di **Achil-**



Raffaello Napoleone

**les Ion Gabriel** e la mostra «Velvet mi amor», realizzata da **Stefano e Corinna Chiassai** per raccontare le mille sfaccettature del velluto. «Stiamo cercando, dopo questi anni complicati, di prestare sempre più attenzione a quello che era stato uno dei grandi temi di Pitti ovvero la cultura della moda, la ricerca di prodotti e l'analisi di vari mercati», ha aggiunto Napoleone. Novità che i buyer si preparano a studiare. «Ci aspettiamo

un'affluenza significativa con tutti i grandi nomi internazionali presenti», ha proseguito l'ad. «Sicuramente, la riduzione degli ordini a cui abbiamo assistito è una conseguenza del calo dei consumi sull'autunno-inverno in corso che ha condizionato gli acquisti sulla primavera-estate prossima, meno brillante secondo le attese. Dalla lista dei compratori però evinciamo che ci saranno tutti i nomi più importanti ma, probabilmente, effettueranno in maniera diversa i loro ordini». Attive, come sempre, saranno le iniziative di incoming, promosse con il supporto del **ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale** e di **Ice - Agenzia**. «Il governo ci sta aiutando con una presenza proattiva sia del ministero di Affari esteri sia del **ministero delle Imprese e del Made in Italy**. Beneficiamo di un piano di ospitalità di Ice fondamentale. Va detto però che c'è anche una situazione critica, legata all'aumento dei costi degli alberghi. In una fase congiunturale così complessa, dovrebbe esserci attenzione a un contenimento dei prezzi per l'alloggio», ha concluso Napoleone. (riproduzione riservata)

Chiara Bottoni

## Iniziativa

### Class Tv Moda, live da Firenze fino a giovedì

**Class Tv Moda** in diretta da **Pitti uomo 105**. Il canale televisivo fashion si trasferisce a Firenze per seguire in diretta la manifestazione. Dal padiglione centrale di **Fortezza da Basso**, i protagonisti del settore si alterneranno affrontando gli hot topics della stagione. «Il racconto dei momenti più importanti del settore (nella foto, il presidente **Antonio De Matteis** con **Nicole Bottini**) attraverso la presenza e lo storytelling dei maggiori eventi, delle fiere e delle manifestazioni principali del segmento fashion, dichiara **Nicole Bottini**, direttore di **Class Tv Moda**. «ci regala una visione trasversale e d'insieme che nasce dal confronto e dalla voce di quelle aziende che fanno parte di questo sistema». Uno sguardo internazionale trasmesso live, oltre sul canale fashion (180 Sky), anche su **Class Cnbc** (Sky 507), **ClassTvModa.it**, **milanofinanza.it** e sul profilo **LinkedIn** di **Milano Finanza** e **MF Fashion**. Attesissimo poi il conferimento del premio Extra elegance 2024 che verrà consegnato in diretta durante i giorni della kermesse. (riproduzione riservata)

