

Shipping Italy

Il quotidiano online del trasporto marittimo

In flessione (-2%) l'export di moda uomo Made in Italy nel 2025

Nicola Capuzzo · Tuesday, January 13th, 2026

Fatturato in calo del 2,1%, valore della produzione in discesa del 2,3%, export in flessione del 2%. Queste le stime sull'andamento del settore italiano della moda maschile diffuse dall'Ufficio Studi Economici e Statistici di Confindustria Moda in occasione dell'apertura di Pitti Uomo, manifestazione fiorentina dedicata al settore, giunta alla 109esima edizione, che apre oggi i battenti.

Elaborate sulla base di indagini campionarie interne nonché dell'andamento congiunturale del quadro macroeconomico, l'analisi innanzitutto stima per il comparto (che comprende confezione, maglieria esterna, camiceria, cravatte e abbigliamento in pelle) un **fatturato** 2025 in calo del -2,1% a 11,2 miliardi di euro, a rappresentare il 19,3% del totale generato dalla filiera tessile-abbigliamento italiana. Il calo, spiega il report, ha interessato tutti i micro-comparti, a eccezione dell'abbigliamento in pelle.

Come accennato per il **valore della produzione** (relativo alle attività realizzate in Italia, al netto quindi della commercializzazione di beni importati) la stima è di un -2,3% su base annua, mentre per le **vendite estere** è prevista una flessione del 2,0 % a circa 8,7 miliardi di euro. Un dato che porterebbe l'export a un peso del 77,2% sul fatturato totale del comparto. Di segno opposto invece l'andamento delle importazioni, per le quali si prospetta una crescita del 2,8% nel 2025, per circa 5,5 miliardi di euro.

L'analisi del Centro Studi di Confindustria Moda prova poi a fornire una rappresentazione più dettagliata del commercio con l'estero del comparto, basandosi sui dati Istat relativi ai primi 9 mesi dello scorso anno, periodo nel quale le vendite oltreconfine del menswear made in Italy hanno registrato una contrazione del -2,5%, attestandosi a 6,9 miliardi di euro, a fronte di importazioni in crescita in media del 3,2% a 5,0 miliardi di euro.

Percentuali che sintetizzano però un andamento piuttosto altalenante nel periodo. Nel primo trimestre si è infatti osservato un aumento dei flussi in entrata a fronte di una contrazione di quelli in uscita. Nei tre mesi successivi sono emersi segnali di indebolimento, con flessioni in entrambe le direzioni, mentre nel terzo trimestre sia esportazioni sia importazioni sono tornate su valori positivi.

Dal punto di vista geografico, il report mostra una dinamica positiva per il mercato comunitario con un + 2,6% dell'export, mentre le vendite verso i paesi extra-Ue subiscono una contrazione del

6,9%. Nonostante il calo, questa seconda area si conferma il principale “acquirente” per l’export di moda maschile italiana, assorbendo il 51,3% del totale. Anche sul fronte import le due macroaree si muovono in modo opposto. Nei primi nove mesi del 2025, le importazioni provenienti dalla Ue calano del 4,4%, mentre quelle dal mercato extra-Ue aumentano del 10,1%. In termini di incidenza, il 55,6% della moda maschile importata in Italia proviene dai Paesi extra Ue.

Analizzando quindi nel dettaglio la **geografia delle destinazioni**, il report indica che la Francia, con 937 milioni di euro (+3,4%) continua a rappresentare il principale paese di destinazione del menswear made in Italy con il 13,5% del totale di settore esportato.

La Germania, con 691 milioni di euro (-3,5%) mantiene la seconda posizione con una quota del 10,0%, mentre gli Stati Uniti, stabili al terzo posto, mostrano invece un aumento del 4,0%, che porta la loro incidenza al 9,9% dell’export complessivo (686 milioni di euro). La Cina, pur in fase di ridimensionamento con una contrazione del -16,7%, conserva la quarta posizione con un valore di 469 milioni di euro, mentre restando all’interno dell’area asiatica, il Giappone si distingue cresce del 4,6% e si conferma all’ottavo posto. Flettono invece i mercati di Hong Kong e Corea del Sud (rispettivamente del 6,8% e del 18,9%), che si posizionano in decima e in dodicesima posizione.

Spostandosi nuovamente in Europa, la Spagna mantiene il quinto posto grazie a un incremento del 5,1%, mentre il Regno Unito evidenzia una contrazione del 6,2%. Segue la Svizzera, tradizionale snodo logistico-commerciale delle principali griffe del settore, che continua invece a mostrare segnali di debolezza, registrando una riduzione del 13,7%.

Positivo invece l’andamento dei Paesi Bassi, al nono posto con un aumento del 1,2%, così come segnali di crescita emergono per Polonia (+26,1%) ed Emirati Arabi Uniti (+4,9%). A chiudere il gruppo delle principali destinazioni, entrambe con un’incidenza inferiore al 2,0%, infine sono Austria e Turchia, entrambe con performance positive.

Relativamente alle importazioni, nei primi nove mesi del 2025 i primi tre mercati di approvvigionamento della moda maschile mostrano tutti andamenti positivi. La Cina si conferma il principale fornitore con 694 milioni di euro (+14,4%) e una incidenza del 13,9%. Al secondo posto figura il Bangladesh, che con 649 milioni di euro e una crescita del 16,1%, copre il 13,0% delle importazioni complessive. Al terzo posto si colloca la Spagna con 413 milioni di euro e un incremento del 9,6%, pari all’8,3% del totale.

Tra gli altri fornitori comunitari i Paesi Bassi, in quarta posizione, registrano una variazione positiva del 2,2%, mentre la Francia mostra una contrazione del 15,4%, che ne riduce la quota al 6,9%. In flessione anche la Romania, che con un’incidenza del 5,5% palesa una perdita dello 0,8%, e la Germania, che con il 4,2% delle importazioni totali, flette del 22,4%.

Tra gli altri partner extra-Ue, si rilevano dinamiche contrastanti. Da un lato, Tunisia e Turchia registrano cali rispettivi del 7,4% e del 9,6%, mentre si distinguono per dinamicità Pakistan (+23,1%), Vietnam (+15,9%) nonché Cambogia e Birmania (+27,0%) per entrambi. In aumento anche gli acquisti dall’India, con un incremento del 11,4% e un valore pari a 95 milioni di euro.

Guardando infine ai **prodotti**, nei primi nove mesi del 2025 Confindustria Moda registra una dinamica complessivamente negativa per la maggior parte dei segmenti esportati. L’unico comparto in crescita come detto è l’abbigliamento in pelle, che segna un aumento del 8,4%, confermandosi come il segmento più vivace sul mercato estero. La contrazione più significativa

riguarda la maglieria esterna (-5,5%), seguita dalle cravatte (-2%) e dalla camiceria (-1,9%). La confezione mostra invece una flessione più contenuta (-0,8%).

Dal lato delle importazioni, si registrano incrementi rilevanti per il vestiario esterno (+5,1%), per l'abbigliamento in pelle (+4,6%) e la maglieria esterna (+2,8%). In controtendenza, invece, la camiceria (-5,8%) e soprattutto le cravatte (-15,4%).

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER QUOTIDIANA GRATUITA DI SHIPPING ITALY

**SHIPPING ITALY E' ANCHE SU WHATSAPP: [BASTA CLICCARE QUI PER](#)
[ISCRIVERSI AL CANALE](#) ED ESSERE SEMPRE AGGIORNATI**

This entry was posted on Tuesday, January 13th, 2026 at 9:15 am and is filed under [Economia](#).
You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. Both comments and pings are currently closed.