

MERCATO DEL FASHION IN CALO, MA CI SONO PROSPETTIVE DI RIPRESA

A Milano il convegno 'Fashion Forward': nel 2025 si prevede una chiusura in leggero calo, ma per il 2026 e 2027 si stima un aumento dello 0,9% e dell'1,2 in valore rispettivamente.



27 ottobre 2025

Il mercato del fashion vale **circa 12 miliardi di euro nel 2025, in calo dell'8,1% rispetto al 2019 e dell'1,4% sul 2021**. È quanto emerge dalla ricerca Sita-Pambianco presentata il 27 ottobre scorso al convegno di [Assomoda Confcommercio](#) 'Fashion Forward', svoltosi in **Confcommercio Milano** e realizzato in collaborazione con **Federazione Moda Italia** e **FederModa Milano**.

A presentare le maggiori difficoltà i comparti uomo e infanzia, stabile invece quello femminile, ma **crescono ottimismo e sentiment**, che tornano a crescere dopo tre trimestri consecutivi di calo. Solo l'11% dei consumatori, infatti, dichiara di non avere in programma acquisti per la stagione autunno-inverno e il 66% è intenzionato ad acquistare. In linea con il passato, la principale spinta all'acquisto è l'attenzione alle promozioni e alle offerte, ma anche la qualità e il Made in Italy hanno un loro peso non trascurabile. Continua a crescere la presenza delle **calzature**, trainate soprattutto dalle 'sneakers', con molti rivenditori che integrano l'offerta anche con borse e accessori. In calo la domanda di prodotti sostenibili, ma non l'attenzione al tema: dopo un iniziale entusiasmo, il consumatore dimostra ancora attenzione al tema dei prodotti sostenibili, ma a condizione che non impatti sul prezzo.

Per quanto riguarda l'anno in corso, dopo il primo semestre in calo le previsioni di chiusura anno restano comunque tiepide, con una **stima di debole contrazione della spesa**. L'orizzonte 2026-2027 indica, invece, un'inversione di tendenza, con una **ripresa in valore dello 0,9% e dell'1,2%** rispettivamente, sostenuta anche da una crescita dei prezzi attorno all'1%. A conferma delle difficoltà del mercato, secondo un'altra ricerca condotta da Dimark presentata nel corso del convegno, **nel 2025 le chiusure di negozi prevalgono sulle aperture**.

Ad aprire i lavori di 'Fashion Forward' è stato il **presidente di Assomoda, Maurizio Governa**, che ha poi lasciato spazio ai saluti istituzionali di **Marco Barbieri (segretario generale di Confcommercio)** e **Carlo Massoletti, vicepresidente vicario di Confcommercio Lombardia**. Fra i partecipanti i presidenti di **Federazione Moda Italia Confcommercio Giulio Felloni**, il **presidente di FederModa Milano Andrea Colzani**, il presidente della Camera nazionale della Moda Carlo Capasa e il presidente di Confindustria Moda Luca Sburlati.

'Fashion Forward', infine, ha ospitato gli approfondimenti 'La filiera della moda: dalla produzione al retail, passando per l'intermediazione professionale' e 'Ai e digitalizzazione nella moda' (con la **presidente di Assintel ed Edì Confcommercio Paola Generali**), oltre alla tavola rotonda 'Dai dati alla proposta'.

Felloni: “il retail della moda, anello fondamentale di una filiera che va salvaguardata e rilanciata con politiche mirate e regole uguali per tutti”

“È necessario che la moda trovi regole eque di mercato e un equilibrio di filiera – dalla produzione e lavorazione delle materie prime ai brand, passando per l'intermediazione professionale, al retail fino al consumatore finale. Ogni anello della filiera è forte solo se tiene insieme gli altri. Tra le distorsioni di mercato più sentite dal dettaglio moda siamo preoccupati per la concorrenza sleale dell'ultra fast fashion (ogni giorno circolano nella UE 12 milioni di pacchi di basso valore esenti da dazi e spesso da controlli); inoltre il rapporto con i fornitori deve sempre essere improntato sulla trasparenza e la collaborazione commerciale”. Così, nel suo intervento, il presidente di [Federazione Moda Italia-Confcommercio](#), **Giulio Felloni**.

Federazione Moda Italia-Confcommercio propone **misure concrete per il rilancio dei consumi e della moda**:

- detrazione fiscale per acquisti nei negozi di vicinato di prodotti moda Made in UE e sostenibili;
- Iva agevolata sui prodotti moda;
- abolizione dell'esenzione dai dazi e un contributo ambientale per le spedizioni extra-Ue sotto i 150 euro;
- attivazione del Gruppo di lavoro sul commercio al Tavolo della Moda anche in relazione al Piano Strategico per il Commercio della Moda, che presenterà il 17 novembre al Mimit.

“Riteniamo queste interventi urgenti perché - ha aggiunto Felloni - nel 2024 hanno chiuso 18 negozi di moda ogni giorno, per un totale di 6.459 in un anno, e perché la spesa delle famiglie per abbigliamento e accessori negli ultimi 5 anni è calata di quasi 4 miliardi di euro. Oggi è un'occasione per rinnovare il nostro impegno nel costruire un futuro migliore per la moda italiana, dove produzione, trasformazione, intermediazione, commercio e consumatori lavorino insieme per una filiera sempre più unita, sostenibile e competitiva”.

“Un'attenzione particolare – ha concluso – va anche al problema dei contratti di lavoro ‘pirata’, che alterano la concorrenza e compromettono la qualità e la reputazione del Made in Italy. Bene la detassazione degli aumenti contrattuali, ma occorre concentrarsi solo sui contratti ‘leader’ senza escludere i lavoratori che vedranno erogarsi parte degli aumenti nel 2026 per effetto dei rinnovi sottoscritti in annualità antecedenti. Chi risparmia sul lavoro mina le fondamenta di una filiera sana e sostenibile”.