

*Itf-Unioncamere: nel 2009 giù ricavi ed export, ma l'Italia mantiene la leadership internazionale*

# Moda, perse quasi 2 mila imprese

## *Il valore aggiunto del settore è di 27,4 miliardi di euro*

**C**alo di fatturato, saldo commerciale e ordinativi nell'ordine del 30-40%, forte ricorso alla cassa integrazione guadagni, chiusura di 1.900 imprese.

Tra 2008 e 2009 la crisi economica internazionale ha inciso pesantemente anche sul settore moda italiano, che tuttavia continua a mantenere la leadership a livello internazionale.

Secondo il rapporto presentato ieri da Italian Textile Fashion, Unioncamere e supporto operativo di The European House-Ambrosetti e che fa parte del progetto M2 - Meridiano Moda, il settore nel 2008 ha evidenziato un valore aggiunto di 27,4 miliardi di euro, pari all'11% della ricchezza prodotta da tutta l'industria manifatturiera italiana. L'export è ammontato a 41,9 miliardi di euro, l'11,5% del totale, con un attivo della bilancia commerciale di 16,5 miliardi. Il settore occupa un milione di lavoratori, il 61% dei quali è donna. Nel comparto, nel quale operano quasi 70 mila aziende



**Tra 2008 e 2009 le imprese italiane della moda hanno fatto un forte ricorso alla cig**

(tessile, abbigliamento, concia, pelletteria e calzature), l'Italia ha una posizione di leadership a livello internazionale. Il nostro paese, secondo il rapporto, ha il 44% del valore della produzione dell'Europa, il 39% del valore aggiunto e il 37% degli occupati.

Secondo il viceministro dello sviluppo economico, **Adolfo**

**Urso**, «nell'epicentro della crisi economica internazionale l'industria dell'eleganza Made in Italy ha continuato a contribuire sensibilmente alla crescita complessiva della ricchezza italiana: la bilancia commerciale del settore ha fatto registrare infatti un attivo di 16,5 miliardi. Il sistema-moda nel suo complesso», ha aggiunto,

«seppure con qualche difficoltà ha giocato un ruolo fondamentale all'interno della bilancia commerciale del paese. Per superare appieno la congiuntura mondiale occorre però uno sforzo comune». Il viceministro ha auspicato quindi che «le imprese della moda si aggregino ed esaltino le loro strutture dimensionali anche attraverso il modello vincente dei distretti».

Per il vicepresidente di Unioncamere, **Carlo Longo**, «il potenziale espresso dalle imprese del Made in Italy è ancora molto elevato malgrado il forte impatto della crisi. Tuttavia per consentire alle aziende di intercettare la ripresa sono indispensabili interventi mirati e urgenti in due direzioni: affermare e realizzare la tracciabilità delle origini e della qualità dei prodotti; rafforzare la capacità di fare rete sul territorio tra imprese, istituzioni, sistema della ricerca pubblica, offerta di manodopera qualificata, dotazione locale di servizi reali e finanziari».