

Album

NAPOLI



Moda, Campania regina

Con 32 mila aziende la nostra regione è seconda solo alla Lombardia per numero di imprese e terza per fatturato dopo la Toscana: una galassia di laboratori che ha resistito alla pandemia. E mentre i colossi dell'eleganza tornano a scommettere sui mercati esteri, il distretto calzaturiero sfida la concorrenza e lancia un marchio Made in Napoli per proteggere la scarpa di lusso

di Marina Cappitti, Pierluigi Melillo, Mariella Parmendola, Pasquale Raicaldo e Raffaele Sardo

I colossi dell'eleganza tornano a puntare sul mercato estero

Pasquale Raicaldo

Kiton, Sartoria Dalcuore, Harmont & Blaine, Yamamay: nuove aperture di punti vendita e investimenti grazie agli incrementi di fatturato del 2022



Con la pandemia i nostri fatturati avevano subito un crollo, ma oggi il settore della moda sartoriale napoletana si è ripreso, registrando già nel 2022 uno scatto improvviso, figlio di un rinnovato ottimismo e del flusso turistico in città».

Parla così Damiano Annunziato, direttore commerciale della Sartoria Dalcuore (laboratorio su via Caracciolo) e vicepresidente de "Le Mani di Napoli", l'associazione che riunisce gli artigiani del comparto dell'abbigliamento di qualità napoletano, inglobando 23 tra sarti, camiciai, pantalonai, guantai, cravattai e gioiellieri. Non mancano, naturalmente, le insidie figlie di una con-

giuntura complessa: «Dobbiamo fare in conti con l'aumento del costo dei tessuti, l'allungamento dei tempi di consegna e la paura diffusa che, con la pandemia, ha spinto i grandi produttori internazionali a essere più prudenti. In più i grandi lanifici inglesi, con la Brexit, hanno vissuto una fase di disorientamento che li ha indotti in molti casi a spostare i siti di stoccaggio per scongiurare una tassazione eccessiva per noi compratori. E aggiungerei una progressiva riduzione del ceto medio, che costringe a rivolgerci a un target prevalentemente ricco, e dunque disposto a spendere in abiti e accessori d'eccellenza. Ma a fronte di uno scenario così complesso - conclude Annunziato - non ho dubbi sul fatto che il 2023 sarà per la sartoria napoletana l'anno della consa-

crazione». Anche per questo "Le Mani di Napoli" pensa a tour turistici tra le realtà sartoriali della città «per mostrare, come con i bottegai di San Gregorio, una delle eccellenze di Napoli».

A presidiare il segmento lusso è anche un brand partenopeo che non ha bisogno di presentazioni, Kiton. «Nel 2022 abbiamo registrato 160 milioni di fatturato, con un +25% rispetto all'anno precedente, che aveva già segnato l'uscita dalla crisi», spiega con orgoglio l'ad Antonio De Matteis. «Innovazione e flessibilità le parole chiave, che ci hanno consentito di far fronte alle conseguenze della guerra, con l'esclusione di uno dei nostri target, i russi. Abbiamo registrato risultati importanti in Europa, con il +70% di fatturato, e negli Usa, con il +50%. E

nonostante i lockdown abbiamo una ripresa lieve in Cina, con il +10%. Quanto ai listini, nel 2022 siamo riusciti ad evitare di ritoccarli, quest'anno abbiamo previsto un incremento, non superiore al 5%, legato al costo maggiorato di materie prime ed energia».

Sarà un 2023 di crescita anche

Antonio De Matteis (ad di Kiton): «Le parole chiave innovazione e flessibilità per compensare i costi delle materie prime ed energia

Speciale MODA

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

Il cuoio nel futuro sostenibile e circolare del Made in Italy. La SSIP e le nuove frontiere della filiera Moda

Il sistema produttivo conciario ha da sempre rappresentato e rappresenta uno dei segmenti di mercato più emblematici del Made in Italy. Occupandosi della trasformazione degli scarti dell'industria alimentare per la produzione di un materiale di origine naturale, di indiscusse caratteristiche qualitative e prestazionali, l'industria conciaria italiana risulta essere attualmente l'elemento trainante del settore tessile e pelle nel quadro della Bioeconomia su scala nazionale e comunitaria. Coerentemente con il crescente fabbi-

Per essere alla Moda, oggi più di ieri serve essere sostenibili



DIRETTORE GENERALE SSIP, EDOARDO IMPERIALE

sogno di sostenibilità e circolarità dei prodotti destinati ai principali settori di riferimento della filiera (Fashion & Luxury, automotive, arredo/interior design), è stata recentemente avviata dagli operatori di settore un'intensa promozione di attività volte ad implementare l'impiego di tecnologie sostenibili per la lavorazione della pelle, favorendo l'impiego di sistemi conciati di nuova generazione, a basso impatto ambientale ed elevata prestazione, nonché l'impiego di approcci innovativi per

il trattamento e la valorizzazione degli scarti di produzione. In tale scenario, le nuove opportunità derivanti dai programmi di Ricerca e Innovazione costituiscono uno strumento di primaria utilità e necessità, per fronteggiare in maniera mirata e scientifica le numerose sfide che attendono il settore, nell'ottica di garantirne un ruolo primario nel panorama evolutivo delle nuove frontiere del Made in Italy. È qui che la SSIP, in qualità di Organismo di Ricerca nazionale è parte

del Partenariato Esteso finanziato dal Ministero dell'Università e Ricerca, «Made in Italy circolare e sostenibile» rivestendo un ruolo strategico insieme ad altre Università italiane, al CNR e ad imprese leader nel Made in Italy, che metteranno in compartecipazione conoscenze scientifiche, competenze manageriali, dimostratori tecnologici e laboratori sperimentali, per implementare e promuovere progettualità ad alto valore aggiunto per la filiera moda italiana.

ITALIAN LEATHER RESEARCH INSTITUTE STAZIONE SPERIMENTALE PER L'INDUSTRIA DELLE PELLE E DELLE MATERIE CONCIANTI

▶ SSIP

La Stazione Sperimentale per l'Industria delle Pelli e delle materie concianti (SSIP) è un Organismo di Ricerca Nazionale che dal 1885 opera a supporto di tutte le aziende italiane del settore conciario con attività di ricerca e sviluppo, formazione, certificazione di prodotti e processi, analisi, controlli e consulenza con l'obiettivo di consolidare la qualità della produzione, lo sviluppo tecnologico e la sostenibilità ambientale a vantaggio dell'intera filiera pelle italiana e dei principali mercati obiettivo: arredamento, automotive, calzatura, interiors, moda, pelletteria.