

12 **Economia**

L'abbigliamento mare torna a correre Crescita in doppia cifra grazie all'export

Tessile. Dati positivi per il comparto del beachwear dopo una prolungata fase di stallo
L'imprenditore comasco Claudio Taiana: «Rientrata parte della produzione delocalizzata»

COMO

SERENA BRIVIO

Dopo una lunga stasi il beachwear, sia maschile che femminile, è tornato a correre. Lo dicono i dati elaborati dal Centro Studi di Confindustria Moda per Sistema Moda Italia che spiegano come il comparto dell'abbigliamento mare nel 2017 abbia fatto un balzo soprattutto nell'export.

La progressione

Una progressione del 10,7 per cento in valore delle vendite verso i Paesi Extra-UE, mentre l'Intra-UE segue con +8,1 per cento. Spagna, Francia e Germania si confermano mercati di riferimento. Anche il comparto dell'intimo (maglia e tessuto) ha registrato un incremento soprattutto fuori dall'Europa (+18,3%), primi tre Paesi di sbocco sempre Germania, Francia e Spagna.

In termini di valore, l'abbigliamento intimo è salito del 11,4%, seguito dalla maglieria

intima (+10%), la calzetteria (+5,3%) con uno slancio del +19,4% per il côté maschile, mentre le calze donna hanno registrato un +1,2 per cento.

Comprendendo le tre diverse tipologie, l'anno scorso le esportazioni hanno superato i 2 miliardi di euro, mettendo a segno una crescita dell'8,4%.

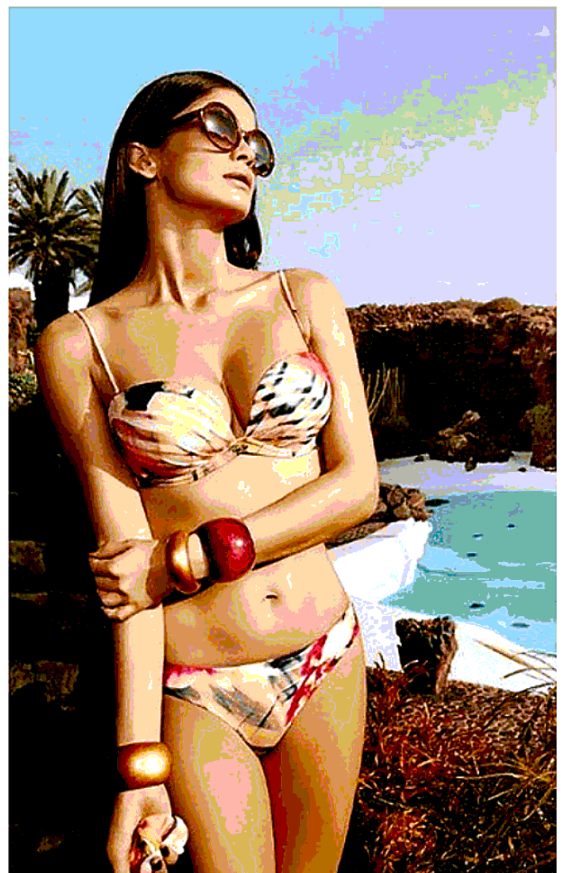
Claudio Taiana, per anni presidente della Società Consortile MarediModa spiega le ragioni di questo slancio. «La maggior parte dei grandi brand del fashion hanno inserito nelle loro collezioni delle capsule beach e, visto che il mondo del lusso richiede il Made in Italy, abbiamo recuperato parte delle produzioni perse con la delocalizzazione nelle piattaforme orientali. A beneficiare della politica di rimpatrio messa in atto dell'industria della confezione, è stata soprattutto l'Italia, in particolare Como che sa esprimere il massimo della qualità e del glamour nel comparto a livello mondiale».

L'industriale lariano tiene a sottolineare che il successo della moda mare è anche legato al mondo della stampa, a quegli effetti speciali come spalmature e altre lavorazioni di pregio sviluppate insieme al cliente, peculiarità delle nostre eccellenze. E l'imprimé sembra destinato a connotare anche la stagione

2019 secondo le tendenze svelate in anteprima da **Maredamare**, l'evento beachwear che il prossimo 14-15 luglio chiamerà a raccolta oltre 250 marchi del settore (dai più noti fino agli emergenti) nella Fortezza da Basso di Firenze.

Quattro temi

Un'approfondita e scrupolosa analisi sociale e stilistica messa a punto distillando le direction dei più importanti trend forecaster del mondo hanno identificato quattro temi. Botanical Bliss, un inno all'esuberanza della natura, declinata da tinte botaniche in alta definizione, sature istantanee con fiori, frutta e foglie che portano per mano in un paradiso di vita; Escapology (tutto ciò che risulta non codificabile, non taggabile. L'astrattismo come staggate verso l'ignoto, un passaggio alla scoperta di segni grafici, simboli, elaborazioni apparentemente ignote che insieme accedono a nuovi linguaggi espressivi). E ancora: Cut Outs (nuovi tagli, nuovi inserimenti, nuove silhouette. Il corpo sembra prendere nuove forme quando il tessuto non rispetta gli schemi) e Nomadic Attitude (il viaggio come introiezione di antichi linguaggi mescolati tra loro per dar vita ad un nuovo e sofisticato stile nomade).



Shermine Sharivar, testimonial della collezione di Maryan Mehlhorn

■ In aumento soprattutto le esportazioni verso i Paesi extra Ue

I ❤️ FORD
 FORD KUGA