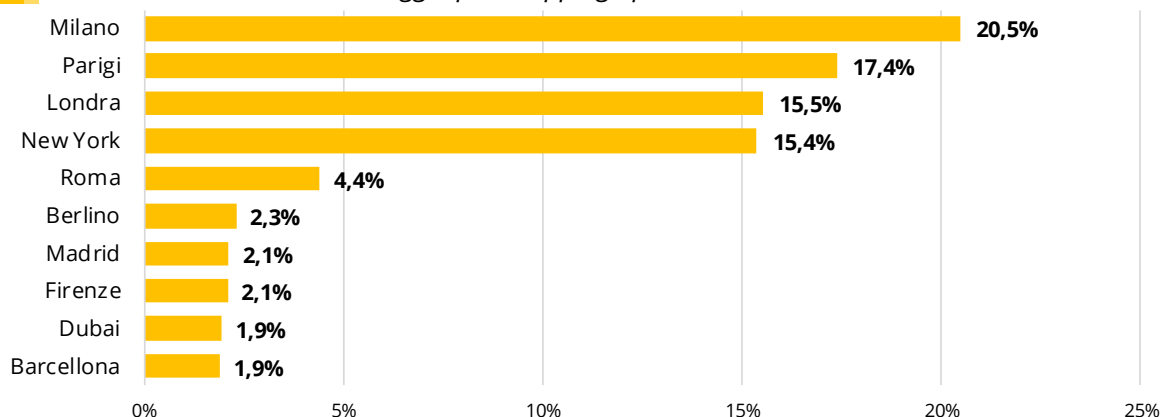


> New York, Londra, Milano e Parigi: le “big four” tra le Fashion Week

Il mese di settembre è un periodo dell’anno con un’agenda molto fitta nel settore della moda, mese in cui sono le Fashion Week a diventare le protagoniste del panorama internazionale di questo comparto. Le Settimane della Moda hanno una lunga storia alle spalle, iniziata a New York nel 1903 con la prima sfilata organizzata dal negozio “Ehrich Brothers” per mostrare le proprie collezioni ai clienti. L’idea si è poi estesa a partire dal 1910 nei grandi magazzini di New York, nel 1920 aveva già conquistato altre zone degli Stati Uniti e nel 1943 venne lanciata la prima “Press Week”, che altro non è che il nome originario dell’attuale New York Fashion Week. A trent’anni di distanza, nel 1973, la Fédération Française de la Couture organizzò nel palazzo di Versailles la prima settimana della moda parigina, cui seguirono nel

1975 il format di Milano, lanciato dalla Camera Nazionale della Moda Italiana, e quello londinese ufficializzato nel 1975 dal British Fashion Council. Sono queste le cosiddette “Big Four” della moda, che al giorno d’oggi esercitano un forte impatto economico sulle città ospitanti e sono inoltre fondamentali nelle rispettive industrie della moda nazionali. Non si tratta solo di peso sull’economia, ma anche dello sviluppo e della trasmissione di un’immagine specifica di queste quattro città legata a moda e shopping, che comporta anche la generazione di flussi turistici con motivazione principale lo shopping o con il fare acquisti tra le attività preferite durante un viaggio verso tali destinazioni. Un fenomeno testimoniato anche dai dati emersi dall’indagine 2018 di Risposte Turismo sullo shopping tourism in quattro città italiane. Alla domanda relativa alle destinazioni che si associano ad un viaggio per shopping, il campione si è focalizzato su quattro città in particolare.

> **Graf. 1** Citazione di destinazioni di viaggio per shopping, quota sul totale delle citazioni



Fonte: Risposte Turismo. Shopping Tourism Italian Monitor (2018).

Come si può notare nel grafico appena mostrato, Milano risulta essere la città maggiormente associata allo shopping tourism, ricevendo il 20,5% delle citazioni. Seguono Parigi, citata dal 17,4% del campione, Londra (15,5%) e New York (15,4%). Un chiaro esempio di come, nell'immaginario comune, queste mete siano fortemente legate al settore della moda e degli acquisti. Ciò è inoltre testimoniato dalla ripartizione delle spese per il viaggio secondo il report Global Destination Cities Index 2018 di Mastercard. Molto elevata la percentuale delle spese sostenute per shopping sul totale relativamente a Londra (52%), cui segue Milano con il 24,8% del budget utilizzato per gli acquisti, spesa nella città meneghina seconda solo a quella per l'alloggio.

> Tab. 1 *Incidenza delle spese per shopping sul totale delle spese dei turisti nelle città delle principali Fashion Week, 2018*

Ranking*	Città	% spese shopping
2	Parigi	16,3%
3	Londra	52,0%
7	New York	21,4%
16	Milano	24,8%

Fonte: Mastercard (2019). Nota (*): il ranking si riferisce alle prime 20 destinazioni nel mondo per numero di visitatori.

Aprile il mese della moda la New York Fashion Week, la cui ultima edizione si è svolta quest'anno dal 5 al 13 settembre ed ha dato vita ad oltre 180 sfilate seguite da più di 150.000 persone ed un totale di oltre 300 eventi. L'impatto economico annuale della manifestazione newyorkese è di oltre 600 milioni di dollari, quasi il doppio di quello generato da un

evento come il Super Bowl (oltre 350 milioni di dollari). Secondo le ultime statistiche a disposizione, la spesa media per visitatori è stata stimata in circa 2.660 dollari. Forte l'impatto anche per settori come la ristorazione (148 milioni di dollari), il retail (119 milioni) e la ricettività (132 milioni). Il giro d'affari messo in moto dalla settimana della moda è solo un tassello che conferma l'importanza di New York come potenza globale nel settore della moda. L'area metropolitana concentra più di un terzo degli oltre 19.000 designer che lavorano negli Stati Uniti. L'industria della moda a New York dà lavoro al 4,6% del totale occupato dal settore privato, generando oltre 11 miliardi di dollari in stipendi, 3,2 miliardi di dollari in gettito fiscale ed oltre 18 miliardi di vendite ogni anno, secondo i dati 2017 della New York City Economic Development Corporation.

La seconda Settimana della Moda del mese di settembre è quella di Londra, svoltasi quest'anno dal 13 al 17. Una manifestazione che, secondo le ultime statistiche di Oxford Economics, genera circa 100 milioni di sterline all'anno in ordini di abbigliamento, impiegando una forza lavoro internazionale pari ad oltre 10.000 dipendenti. Gli ultimi dati disponibili hanno stimato in 228 milioni di sterline (278 milioni di euro) l'impatto economico della London Fashion Week. Sono annualmente oltre 100.000 i visitatori, che spendono in media 1.479 sterline (1.806 euro). Interessante anche l'impatto sul settore del retail e della ricettività, che hanno beneficiato della Fashion Week grazie ad entrate rispettivamente pari a 56 e 37 milioni di sterline. Secondo il British Fashion Council, anche per il Regno Unito l'industria della moda è molto importante e vale oltre 37 miliardi di

sterline per l'economia del paese, di cui 16 miliardi circa provenienti dall'impatto indiretto su altri settori che vanno dall'IT al turismo.

La terza Fashion Week autunnale è quella di Milano, che si è tenuta quest'anno dal 17 al 23 settembre con un programma composto da 58 sfilate, 110 presentazioni, 54 eventi e 170 collezioni ufficiali che attraggono ogni anno oltre 25.000 visitatori. In attesa dei dati 2019, le rilevazioni 2018 rendevano evidente come fosse costante la crescita dell'indotto turistico legato a tale manifestazione, confermando il consolidato successo della città sulla scena internazionale. I dati Res STR Global relativi al settore della ricettività restituiscono un tasso medio di occupazione dell'87% nelle strutture di Milano, arrivato al 90% durante i primi due giorni di sfilate, in particolar modo negli hotel di fascia alta. La Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi ha inoltre stimato in 19 milioni di euro il ricavo delle strutture ricettive (+12% rispetto all'edizione di febbraio 2017), il 39% dei quali si è concentrato proprio nel mercoledì e giovedì delle

prime sfilate. Considerando diversi settori tra cui trasporti, musei, negozi e ristoranti, l'impatto economico della Milano Fashion Week supera i 160 milioni di euro, coinvolgendo l'intera economia cittadina. Sono circa 19.000 le imprese coinvolte nella settimana della moda milanese: oltre due terzi appartengono al settore dello shopping e della ristorazione (71,1%), a seguire servizi business e trasporti (17%), cultura e tempo libero (6,3%) e ricettività (5,5%). In particolare, 3.000 le attività di commercio al dettaglio, soprattutto nei settori dell'abbigliamento e delle calzature, oltre 1.000 invece gli alberghi e gli alloggi coinvolti. Se i numeri del 2018 hanno superato in modo lieve quelli del 2017, è significativo mostrare le variazioni rispetto al 2013: l'aumento maggiore si evidenzia nel numero di strutture ricettive coinvolte, 729 nel 2013 e 1.051 nel 2018, il 44,2% in più in cinque anni. Anche gli esercizi commerciali e la ristorazione hanno visto una crescita a livello di numeri: 1.168 attività in più nel 2018 rispetto al dato relativo al 2013.

> **Tab. 2** Imprese coinvolte nella Milano Fashion Week 2013-2018

	2013	2017	2018	Peso 2018	Var. 2018/2017		Var. 2018/2013	
					%	Var. ass.	%	Var. ass.
Shopping e ristorazione	12.347	13.332	13.515	71,1%	1,4%	183	9,5%	1.168
Ricettività	729	1.022	1.051	5,5%	2,8%	29	44,2%	322
Servizi business e trasporti	3.168	3.210	3.231	17,0%	0,7%	21	2,0%	63
Cultura e tempo libero	1.103	1.188	1.204	6,3%	1,3%	16	9,2%	101
Totale	17.347	18.752	19.001	100%	1,3%	249	9,5%	1.654

Fonte: elaborazioni Risposte Turismo su dati Camera di Commercio Milano Monza Brianza Lodi (2018).

Protagoniste della Milano Fashion Week anche le eccellenze italiane, un sistema moda che secondo l'Ufficio Studi Mediobanca conta nel Bel Paese circa

82.000 imprese attive con un fatturato pari a circa 78 miliardi di euro ed oltre 360.000 occupati. Il 42% di esse appartiene al comparto

dell'abbigliamento ed il 22% si riferisce ad aziende di pelletteria e calzature. Seguono la gioielleria (12%), il tessile (11%), la distribuzione al dettaglio (10%) e l'occhialeria (3%). Se i ricavi del settore moda (tessile, abbigliamento, pelle e pelletteria) chiuderanno il 2019 in stabilità a causa di un anno difficile per il comparto, resta forte l'export del Made in Italy, con una crescita del 7,3% nel primo semestre del 2019 rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente.

Chiude il mese dalla moda la Paris Fashion Week, che si è tenuta nella Ville Lumière dal 23 settembre all'1 ottobre, con oltre 400 sfilate e 30.000 presenze, generando ricavi annuali pari a circa 64,5 milioni di euro. Secondo gli ultimi dati disponibili, sono la ristorazione, il retail e la ricettività i settori che traggono i maggiori benefici dall'evento, rispettivamente 18,5, 25,5 e 10,5 milioni di euro.

In particolare, le presenze negli hotel della città vedono un deciso incremento: secondo uno studio di KPMG, il tasso di occupazione è in media pari al 70%, percentuale che arriva ad oltre l'85% negli esercizi di fascia alta durante il periodo della *semaine de la mode*. La municipalità di Parigi registra oltre 11,5 milioni di euro di introiti e si stima in 1.823 euro la spesa media per ciascun visitatore.

Anche per la Francia il settore della moda acquisisce un ruolo importante nell'economia nazionale. La moda francese genera infatti circa 150 miliardi di euro, rappresentando il 2,7% de PIL nazionale e creando un milione di posti di lavoro. Sono l'abbigliamento ed il tessile ad avere il giro d'affari più elevato, pari a circa 67 miliardi di euro, seguiti da profumi e cosmetici (44 miliardi) e calzature e pelletteria (22 miliardi). Inoltre, l'export dei prodotti Made in France genera circa 33 miliardi di euro.

**SHOPPING
TOURISM**
FLASH



Tutti i Flash finora pubblicati sono disponibili alla pagina dedicata ai flash del sito di

Shopping Tourism. Il forum italiano
www.shoppingtourismforum.it/FLASH