

Moda femenina en Italia

A. CIFRAS CLAVE

Italia es un referente mundial en la industria de la moda, un sector clave que aporta un significativo 5,3 % al PIB del país transalpino. La industria de la moda en Italia sufrió una fuerte caída en 2020 debido a la crisis de la COVID-19, pero comenzó a recuperarse en 2021 y en los años sucesivos. La moda femenina italiana ha seguido una evolución similar a la del sector de la moda. Con la pandemia, en 2020, descendió la facturación del sector un 32 %, pero en 2021 comenzó a recuperarse y en 2023 ya superaba las cifras de 2019.

CIFRAS CLAVE DEL SECTOR MODA EN ITALIA

ITALIA (Datos en MEUR)	2019	Δ %	2020	Δ %	2021	Δ %	2022	Δ %	2023	Δ %
PIB	1.804.067	0,4	1.670.012	-8,9	1.821.935	8,30	1.962.846	4	2.085.376	6,20
PIB per cápita (EUR)	30.200	1,7	28.100	-7	30.810	10,02	33.260	8	35.350	6,3
Facturación de moda*	90.237	0,8	68.761	-23,8	83.338	21,2	98.300	18	111.700	3,2
Facturación de moda femenina**	14.081	0,2	10.679	-32	12.902	21	14.072	9,1	14.596	3,73
Importaciones moda	29.852	3,4	23.126	-22,5	27.265	17,9	32.635	19,7	34.433	5,5
Importaciones moda femenina	5.042	6,2	3.693	-36	6.031	16	7.142	18,42	7.464	5,1
Exportaciones moda	21.127	3,6	16.059	-23,9	20.100	25,2	24.042	19,6	25.327	5,3
Exportaciones moda femenina	8.979	6,1	5.938	-51	5.376	25	6.364	18,37	6.670	5,2

* incluye: moda femenina, masculina, infantil, calzado, accesorios, joyería, óptica y peletería, entre otros.

** Incluye: prendas de vestir de mujer y niña (quedan excluidos otras categorías como calzado y accesorios)

Fuente: Istat, FashionUnited, Euromonitor, Euroestacom.

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición del sector estudiado

La moda femenina comprende el conjunto de prendas de vestir y complementos usados predominantemente por las mujeres y niñas. Las principales partidas relativas a la moda femenina, excluyendo el calzado y accesorios, se encuentran dentro de los capítulos 61 y 62 del Sistema Armonizado (SA).

CLASIFICACIÓN DEL SECTOR DE MODA FEMEMNINA POR PARTIDAS

Código (SA)	Descripción
6102	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares, de punto, para mujeres o niñas.
6104	Trajes, conjuntos, chaquetas, vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos y <i>shorts</i> (excepto los de baño), de punto, para mujeres o niñas.
6106	Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, para mujeres o niñas.
6108	Combinaciones, enaguas, bragas, camisones, pijamas, saltos de cama, albornoces, batas y artículos análogos, de punto, para mujeres o niñas.
6202	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares, para mujeres o niñas.
6204	Trajes, conjuntos, chaquetas, vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos y <i>shorts</i> (excepto los de baño), para mujeres o niñas.
6206	Camisas, blusas y blusas camiseras, para mujeres o niñas.
6208	Combinaciones, enaguas, bragas, camisones, pijamas, saltos de cama, albornoces, batas y artículos análogos, para mujeres o niñas.

Fuente: ACESS2Markets.

B.2. Tamaño del mercado

En 2023 el número de italianas ascendía a 30.202.751, representando el 51,2 % de la población total del país. Italia constituye el octavo mayor mercado del mundo para el sector de la moda, con unas ventas en moda femenina de unos 14.600 millones de euros en el año 2023. Euromonitor prevé que para el año 2026, el país se mantenga aproximadamente en la misma posición, con unas ventas de 14.240 MEUR.

VENTAS DE MODA FEMENINA EN ITALIA (2018-2023)

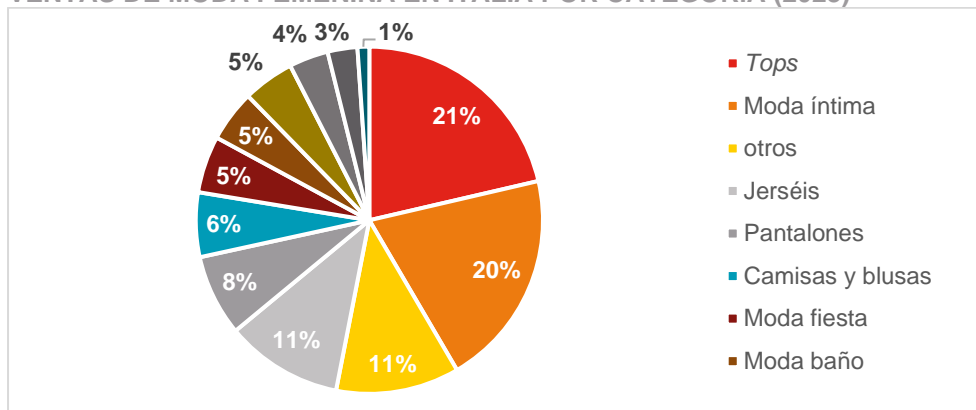
En millones de EUR

Categorías	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Δ ventas (2018-2023)
Moda fiesta	486,20	490,00	520,40	574,30	587,10	578,1	0,50 %
Tejido vaquero	750,30	736,40	549,20	667,40	727,20	751,2	-6,10 %
Jerseys	1.651,50	1.629,00	1.254,50	1.541,40	1.627,10	1.681,00	-1,80 %
Abrigos y chaquetas	1.650,40	1.595,60	1.140,70	1.357,90	1.579,00	1.682,40	-4,50 %
Camisas y blusas	968,30	982,70	716,80	847,10	9.750,00	1.043,30	-0,50 %
Faldas	762,70	739,90	533,80	627,80	732,20	763,5	-6,60 %
Pantalones	1.331,80	1.302,00	982,80	1.204,00	1.290,40	1.339,30	-4,80 %
Trajes	649,00	616,00	394,00	457,80	556,90	607, 110	-13,20 %
Total ropa exterior	1.1042,90	1.0819,90	7.939,80	9.669,00	10.662,20	11.180,90	-3,10 %
Moda baño	627,00	636,30	516,60	652,50	667,40	680,6	1,80 %
Moda íntima	1.403,60	1.398,90	1.153,60	1.339,30	1.428,20	1.456,90	-3,20 %
TOTAL MODA FEMENINA	14.309,9	14.081,6	10.679,5	12.902,5	14.072,1	14.596,4	-2,80 %

Fuente: Euromonitor.

En cuanto al número de unidades de prendas de moda femenina vendidas en Italia, destacan los *tops* en primera posición, seguidos de la moda íntima, los jerséis y los pantalones

VENTAS DE MODA FEMENINA EN ITALIA POR CATEGORÍA (2023)



Fuente: Euromonitor.

Por otro lado, el gasto que hacen los italianos en moda (femenina y masculina) es de 710 EUR al año, cifra que está por encima de la media europea de 490 EUR.

B.3. Comercio exterior

Según los datos de Istat (Instituto Nacional de Estadística de Italia) del primer trimestre de 2024, las exportaciones italianas del sector moda global (incluyendo femenina y masculina) han disminuido un 3,3 % con respecto al trimestre anterior, alcanzando los 9.700 millones de euros. Las importaciones también han disminuido un 13,1 %, alcanzando 6.300 MEUR. Las exportaciones a los mercados comunitarios suponen el 49,4 % del total, con una disminución del 6,4 % respecto al trimestre anterior. La caída en los mercados extracomunitarios es de 0,1 % y representan el 50,6 % de las exportaciones totales.

En concreto, las importaciones de moda femenina de Italia en 2023 alcanzaron un total de 7.464,39 MEUR, siendo Francia, Alemania y España los principales países proveedores. Las exportaciones italianas de moda femenina para el mismo año se situaron en 6.670,57 MEUR, con España como principal destino.

DATOS DE COMERCIO EXTERIOR DE MODA FEMENINA DE ITALIA EN 2023

Datos en millones de EUR

Importaciones			Exportaciones		
País de origen	Valor	Variación 2022-23 (%)	País de destino	Valor	Variación 2022-23 (%)
Total	7.464,39	4,5	Total	6.670,57	-3,3
Francia	2.059,67	10,26	España	1.436,45	11,96
Alemania	1.470,65	-3,45	Francia	1.159,40	2,37
España	969,73	10,63	Alemania	942,65	3,58
Austria	282,40	-2,72	Bélgica	559,72	12,38
Croacia	262,14	1,41	Croacia	219,57	-5,49
Grecia	231,67	3,49	Bulgaria	165,28	-7,55
Bélgica	221,90	-10,67	Dinamarca	133,46	-11,51
Dinamarca	113,69	-0,98	República Checa	70,41	0,75
Otros	1.852,54	-	Otros	1.983,63	-

Fuente: Euroestacom.

B.4. Principales actores

B.4.1. Competidores

El mercado de la moda en general en Italia (femenina y masculina) se caracteriza por una gran fragmentación, donde predomina la presencia de pequeñas y medianas empresas con baja cuota de mercado individual. No obstante, existen empresas que alcanzan cuotas de mercado significativas. Un ejemplo es el grupo Inditex, que posee una cuota de mercado del 7 %. Destacan las cuotas de mercado de empresas italianas como **Max Mara** y **Dolce & Gabbana** que no sólo tienen presencia en el mercado nacional, sino que también tienen una influencia significativa a nivel global.

CUOTAS DE MERCADO DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS DE MODA EN ITALIA

Cuota de mercado (%)	2021	2022	2023	Cuota de mercado (%)	2021	2022	2023
Itx Italia SRL	6,20	6,90	7,10	Teddy SPA	1,30	1,60	1,70
Max Mara Fashion Group SRL	4,70	4,80	4,80	PVH Italia SRL	1,70	1,70	1,60
Calzedonia SPA	3,80	3,80	3,70	Giorgio Armani SPA	1,20	1,30	1,40
OVS SPA	3,30	3,30	3,30	Piazza Italia SPA	1,40	1,40	1,40
Miroglio Fashion SRL	2,80	2,90	3,00	Twinsset SPA	1,20	1,30	1,40
Roadget Business Pte Ltd	1,50	1,90	2,20	Levi Strauss Italia SRL	1,20	1,20	1,20
Primark Italy SRL	1,00	1,60	2,00	Guess Italia SRL	1,00	1,20	1,20
LVMH Italia SPA	1,40	1,70	1,80	Cris Conf SPA	1,10	1,10	1,10
Benetton Group SRL	1,50	1,60	1,80	Decathlon Italia SRL	1,00	1,00	1,00
Hennes & Mauritz SRL	1,70	1,70	1,70	Dolce & Gabbana SRL	0,80	0,80	0,90

Fuente: Euromonitor.

B.4.2. Organismos

PRINCIPALES ORGANISMOS EN EL SECTOR DE LA MODA EN ITALIA

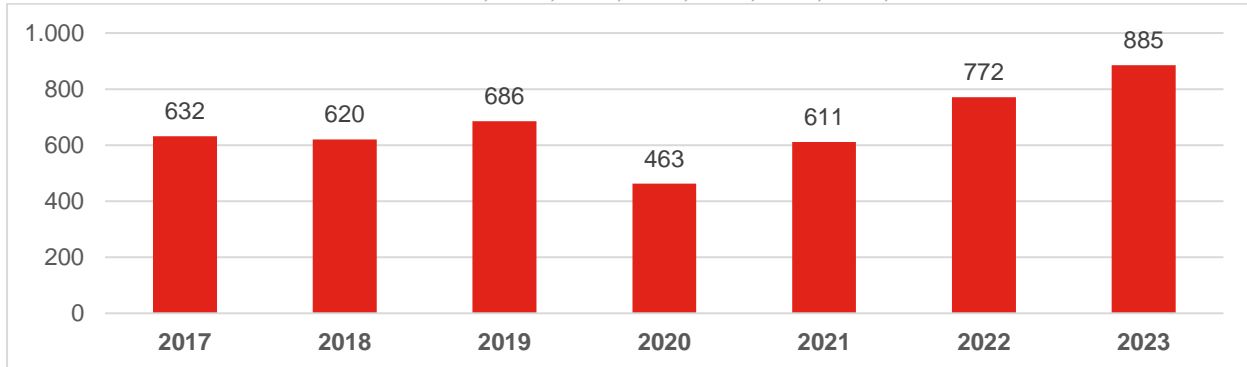
Organismos	
<ul style="list-style-type: none"> • Confindustria Moda <ul style="list-style-type: none"> ○ Sistema Moda Italia (SMI) Federazione Tessile e Moda 	<ul style="list-style-type: none"> • Academia di Costume e Moda • Fondazione Fashion research Italy • Fondazione Micol Fontana
<ul style="list-style-type: none"> • European Fashion Alliance (EFA) <ul style="list-style-type: none"> ○ Camera Nazionale de la Moda Italiana 	<ul style="list-style-type: none"> • Centro Firenze della Moda <ul style="list-style-type: none"> ○ Polo Museale Firenze Galleria del Costume

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

Italia es el segundo país receptor de las exportaciones españolas de moda femenina, sólo por detrás de China, y seguido de Alemania y Francia. Las importaciones italianas de moda española han experimentado un aumento gradual en los últimos años, recuperándose tras la caída significativa que sufrieron en 2020 debido a la crisis de la COVID-19.

IMPORTACIONES ITALIANAS DE MODA FEMENINA DE PROCEDENCIA ESPAÑOLA

Datos en millones de EUR. Partidas 6102, 6104, 6106, 6108, 6202, 6204, 6206, 6208



Fuente: Euroestacom.

Las marcas españolas cuentan con una gran presencia en Italia. Por ejemplo, Inditex tiene 341 tiendas, distribuidas entre Zara (92), Pull&Bear (53), Massimo Dutti (3), Bershka (68), Stradivarius (78), Oysho (24) y Zara Home (23). Por su parte, Mango cuenta con 73 puntos de venta, 47 propias y 26 franquiciadas.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Dadas las características de los temas tratados en este apartado y los siguientes, se hablará de moda en general, donde se incluye la moda femenina como parte del sector.

El mercado de la moda en Italia se halla en un momento clave de oportunidades impulsadas por la **sostenibilidad**, el **comercio electrónico** y la **innovación**, lo que permite a las marcas adaptarse a un entorno en constante cambio.

En cuanto a la situación en el mercado de la moda, tras la recuperación económica que tuvo lugar en los años 2021 y 2022, en 2023 ha habido un menor crecimiento en las ventas de moda femenina.

Muchas de las oportunidades para el futuro de la moda se centran en la apuesta de la industria de la moda por la sostenibilidad. Además de las oportunidades mencionadas, otros retos para el sector textil en Italia incluyen:

- El **comercio electrónico**, que ha aumentado significativamente a raíz de la pandemia de COVID-19. Este crecimiento ha sido impulsado por la necesidad de los consumidores de adaptarse a las restricciones de movilidad y la búsqueda de comodidad en las compras desde casa. Se trata de una tendencia creciente que se adapta al nuevo estilo de vida de los consumidores.
- La **moda de segunda mano** seguirá creciendo rápidamente en Italia, con un número creciente de marcas de diseñadores involucradas en este negocio. Mientras que una parte de la población busca precios bajos, hay un número mayor de consumidores que priorizan la calidad y la durabilidad de las prendas, optando por ropa de calidad, ya sea nueva o de segunda mano. Además, un número creciente de consumidores se interesa por la sostenibilidad, atraídos por marcas que ofrecen ropa reutilizada.

- El **turismo de compra de moda** en Italia atrae a millones de visitantes cada año. Ciudades como Milán, Florencia y Roma se han consolidado como destinos de referencia para la moda, sobre todo para quienes desean comprar prendas de alta gama y lujo. Eventos como la Semana de la Moda de Milán y las ferias de moda y diseño atraen a compradores y aficionados de todo el mundo, convirtiendo al país en un epicentro de tendencias y creatividad en el ámbito de la moda.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

La distribución en Italia se caracteriza por la **cultura del pequeño comercio**. Prevalecen los establecimientos minoristas y de carácter tradicional. Sin embargo, en los últimos años han experimentado un gran aumento los siguientes canales: gran distribución organizada (GDO), grandes almacenes, *outlets* y venta *online*.

Además, las empresas de moda que deciden exportar sus productos a Italia generalmente recurren a la figura del **agente**. Los agentes italianos suelen trabajar por regiones, aunque también hay algunos que abarcan todo el territorio nacional (*Master Agent*). La comisión que cobra el agente suele oscilar entre el 10 % y el 15 %. Esta figura cuenta con la peculiaridad de que, debido a la estacionalidad del sector, la mayor actividad se concentra en julio y septiembre para la temporada primavera-verano, y en febrero y marzo para la de otoño-invierno.¹

En cuanto a los canales de venta preferidos por los usuarios, según datos de Marketing4ecommerce, el 63 % de la población italiana prefiere hacer compra omnicanal, es decir, en todos los canales de venta, tanto físicos como *online*. En 2023, en Italia el sector de la moda italiana ha sido líder en las compras *online*. Por lo general, los consumidores prefieren comprar en los *marketplaces* en un porcentaje del 79 %, mientras que el 9,6 % prefiere comprar en la propia página web de la marca. El 7,4 % prefiere comprar a través de la *aplicación* de la marca. Por su parte, el *Social Commerce* está creciendo y de momento sólo el 3,6 % prefiere comprar por ese canal.

PRINCIPALES MARKETPLACES EN ITALIA

Amazon		Ebay		AliExpress		Zalando	
ManoMano		Privalia		Groupon		ePRICE	
IBS		Etsy		Asos		Wish	
Intramirror		Cettire (lujo)		Italist (lujo)		Net a porter	

Fuente: Marketing4ecommerce

¹ Para saber más, puede consultar el estudio de mercado ICEX *El papel del agente en el mercado italiano* en el siguiente enlace: <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/079/documentos/2022/05/documentos-anexos/DOC2022907804.pdf>

E.2. Legislación aplicable y otros requisitos

E.2.1. Etiquetado

En la actualidad, la normativa que regula el etiquetado de los productos textiles en Italia es el Código de Consumo (Decreto Legislativo 206/05, en sus artículos del 5 al 12 y del 102 al 113) y la Directiva 96/74/CE de la Comunidad Europea, transpuesta en Italia por el Decreto Legislativo 194/99, y el Reglamento 1007/2011 de la UE, relativo a las denominaciones de las fibras textiles y al etiquetado y marcado de la composición en fibras de los productos textiles.

La norma **EN 13402** es la norma europea para las etiquetas que indican la talla de la ropa. Esta se basa en la talla corporal, medida en centímetros. A continuación, se adjunta una comparativa de tallas, ya que la que se utiliza en Italia no corresponde a la de España, que utiliza el tallaje europeo.

EUR	EUR	ITA	EE. UU.	EE. UU.	Reino Unido
XXS	32	36	3XS	1	4
XS	34	38	XXS	2	6
S	36	40	XS	4	8
M	38	42	S	6	10
L	40	44	M	8	12
XL	42	46	L	10	14
XXL	44	48	XL	12	16
3XL	46	50	XXL	14	18

E.3. Ferias

Italia es uno de los países con mayor número de ferias dedicadas al sector de la moda. Muchas de ellas se concentran en la ciudad de Milán. Algunas de las ferias más reconocidas son:

- **WHITE SHOW**
 - Milán (Moda femenina)
 - <https://www.whiteshow.com/>
- **MICAM**
 - Milán (Calzado)
 - <https://micam.it/en/>
- **MILANO FASHION & JEWELS**
 - Milán (Moda, complementos y bisutería)
 - <https://www.milanofashionjewels.com/>
- **IMMAGINE**
 - Florencia (Moda íntima)
 - <https://immagineitalia.underbeach.eu/>
- **DENIM PREMIERE VISION**
 - Milán (Moda tejido vaquero)
 - <https://denim.premierevision.com/en/>
- **SI SPOSAITALIA COLLEZIONI**
 - Milán (Moda nupcial y ceremonia)
 - <https://sposaitaliacollezioni.fieramilano.it/>
- **MARE DAMARE**
 - Florencia (Moda baño)
 - <https://maredamare.underbeach.eu/en/>
- **MED ITALY**
 - Nápoles (Moda ceremonia)
 - <https://med-italy.com/>

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

- Sistema Moda Italia <https://www.sistemamodaitalia.com/it/>
- Camera Nazionale della Moda Italiana <https://www.cameramoda.it/it/>
- Istat <https://www.istat.it/en/>

G. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Milán** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Italia**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Italia, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Oficina Económica y Comercial de España en Italia
Via del Vecchio Politecnico, 3; 20121 Milán
MILAN 20121 – Italia
Teléfono: +39 02781400
Correo electrónico: milan@comercio.mineco.es
<http://Italia.oficinascomerciales.es>

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) [913 497 100](mailto:informacion@icex.es) informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTORA
Virginia Ruiz Villalba

Oficina Económica y Comercial
de España en Milán
milan@comercio.mineco.es
Fecha: 22/10/2024

NIPO: 22424012X

www.icex.es



FICHAS SECTOR ITALIA



ICEX España
Exportación
e Inversiones