

“INTERNATIONAL TECHNOLOGY” Journal



English



Italiano



Supplement n° 2 - 2025
of International Technology Magazine
Editor Carlo Leoni - Publisher Editoriale
di Informazioni Settoriali srl
shoemachinery.com
infsett@net2000.it
Autorizzazione del Tribunale di Milano
n. 705 - 30/12/1992

News notizie

04



Market mercato

08



Fairs fiere

11



Trends tendenze

12



INDUSTRIE
CHIMICHE
FORESTALI



INVISIBLE POWER



INDUSTRIE CHIMICHE FORESTALI SPA



DURABOND



WWW.FORESTALI.COM



SERVICES

- PRODUCTION TO CUSTOMER DESIGN
- PERSONALIZATION OF ALL ITEMS, WITH ENGRAVINGS BY MOULD OR BY LASER
- QUALITY GUARANTEE: EVERY PRODUCT IS CHECKED THROUGHOUT THE PRODUCTION CHAIN AND CHECKED BY QUALIFIED PERSONNEL BEFORE BEING PACKAGED
- FAST DELIVERY
- GUARANTEE OF COOPERATION WITH THE CUSTOMER, MAINTAINING CONSTANT CONTACT FROM DESIGN TO THE FINAL PRODUCT

MLM MAZZOLA srl
Via Roma, 57/b
21039 Valganna (VA) - Italy
Tel. +39 0332 719841
Fax +39 0332 719660
info@mlmitalia.it



FUSSBETT PER CALZATURE

FOOTWEAR ANATOMICAL FOOTBEDS



**Our skill and experience
for the comfort of your feet**

Inditex: Grows by 7.1% but Falls Short of Expectations



In the third quarter of 2024, the group reported revenues of 9.36 billion euro, falling short of the expected 9.51 billion euro. From January to September, sales amounted to 27.4 billion euro, marking a 7.1% year-on-year

increase at current exchange rates (+10.5% at constant currency). It is worth noting that the Spanish fast-fashion giant's portfolio includes brands such as Zara, Massimo Dutti, Bershka, and Oysho. On the profitability front, the company's net profit increased by 8.5% to 4.4 billion euro, slightly below analysts' expectations of 4.52 billion euro, according to Reuters. Gross profit rose to 5.8 billion euro (+9.9%), while EBITDA increased by 7.2%, reaching 8 billion euro. The company also announced a logistics expansion plan for 2025, with a two-year investment program focused on business growth, supported by a 900 million euro budget.

Birkenstock: Exceeds Analysts' Estimates



The fiscal year closed at 1.8 billion euro, with growth reaching +21% (+22% at constant currency). On the profitability side, the gross margin stood at 58.8%, compared to the previous 62.1%. Fourth-quarter revenues amounted to 455.8 million euro, reflecting a 22% increase and exceeding analysts' estimates of 439.2 million euro, according to LSEG (Reuters).

Net profit reached 192 million euro, marking a +155% year-on-year increase. Adjusted EBITDA rose by 31% to 125 million euro, with a margin of 27.4%, which is 190 basis points higher than the same quarter in 2023. Geographically, growth was evenly distributed, with double-digit gains: +21% in the Americas, +19% in Europe, and +38% in Asia-Pacific (all at constant currency). Regarding distribution channels, direct sales revenues grew by 18%, while wholesale revenues increased by 26% during the three months. The outlook for 2025 forecasts revenue growth between 15% and 17% at constant currency, while the adjusted EBITDA margin is expected to range between 30.8% and 31.3%.

Inditex: cresce del 7,1%, ma resta sotto le aspettative

Nel terzo trimestre del 2024, il gruppo ha totalizzato ricavi per 9,36 miliardi di euro, un risultato sotto le attese, che erano di 9,51 miliardi. Da gennaio a settembre le vendite sono ammontate a 27,4 miliardi di euro, in crescita del 7,1% a cambi correnti su base annua (+10,5% a valuta costante). Va ricordato che nel portafoglio del colosso spagnolo del fast fashion, figurano anche brand quali Zara, Massimo Dutti, Bershka e Oysho. Sul fronte della marginalità, l'utile netto del player è aumentato dell'8,5% a 4,4 miliardi di euro, lievemente al di sotto dei 4,52 miliardi previsti dagli analisti, scrive Reuters. Mentre l'utile lordo è salito a 5,8 miliardi (+9,9 per cento), l'ebitda è aumentato del 7,2%, raggiungendo gli 8 miliardi di euro. In programma un piano di espansione logistica anche per il 2025, con un piano di investimenti biennale incentrato sull'espansione del business, attraverso un budget di 900 milioni di euro.

Birkenstock: superate le stime degli analisti

Ha chiuso a quota 1,8 miliardi di euro il fiscal year, con una crescita che si è attestata a +21% (+22% a valuta costante). Sul fronte della redditività, il margine lordo si è attestato a 58,8%, contro il precedente 62,1%. I ricavi del quarto e ultimo trimestre sono stati pari a 455,8 milioni di euro, in crescita del 22% e al di sopra delle stime degli analisti di Lseg che si fermavano a quota 439,2 milioni (Reuters). L'utile netto si è attestato a quota 192 milioni di euro (+155% anno su anno). L'ebitda adjusted è aumentato del 31% a 125 milioni di euro, mostrando un margine del 27,4%, ovvero superiore di 190 punti base rispetto al medesimo quarter del 2023. Per quanto riguarda le performance delle aree geografiche, omogenea la crescita a doppia cifra: +21% nelle Americhe, +19% in Europa, +38% in Asia-Pacifico (tutte a cambi costanti). Per quanto concerne, invece, i canali distributivi, i ricavi delle vendite dirette sono cresciuti del 18% mentre quelli wholesale del 26 per cento nei tre mesi.

Fatturato in rosso per Dr. Martens. Calano le vendite in Nord America

Calano le vendite in Nord America Il famoso brand, conosciuto soprattutto per la produzione di calzature anfibie, ha concluso i sei mesi aprile-settembre (29 settembre

Market

mercato

2024) con ricavi per 324,6 milioni di sterline (376,5 milioni di euro), con una perdita pre-imposte di 28,7 milioni contro l'utile di 25,8 milioni dello stesso periodo dello scorso anno. La causa principale della flessione, dicono da Dr. Martens (Wollaston, nel Northamptonshire), è da imputare alle vendite in Nord America che hanno registrato un calo del 20,2% a cambi costanti a 114,7 milioni di sterline. L'Emea è scesa del 15,5%, a 162,4 milioni, mentre l'Apac si è contratta del 6,9% a 47,5 milioni. I ricavi di Dr. Martens per le vendite direct-to-consumer sono diminuite del 7% (5% a cambi costanti): quelle al dettaglio hanno registrato un -9%, mentre l'e-commerce un -4 per cento. Il fatturato del canale all'ingrosso invece è diminuito del 29% (27% a cambi costanti).

Pvh: turnover in flessione del 6%

Nel terzo trimestre 2024 i ricavi del Gruppo che fa capo a Calvin Klein e Tommy Hilfiger si sono attestati a quota 2,2 miliardi di dollari (-6%), mentre l'utile netto è stato di 132 milioni di dollari (-18,5%) rispetto ai 163 di un anno fa. L'ebit è stato 183 milioni di dollari rispetto ai 230 milioni di dollari nello stesso periodo del 2023.

L'analisi in dettaglio evidenzia che i ricavi di Tommy Hilfiger sono rimasti stabili nonostante il calo del 3% in Nord America, mentre per Calvin Klein i profitti sono risultati in calo del 4%.

Nei nove mesi, invece, il fatturato è stato di 5,9 miliardi di dollari (pari a 5,6 miliardi di euro) rispetto ai 6,3 di un anno fa, mentre l'utile netto si è attestato a 441 milioni di dollari, rispetto ai 392 del precedente esercizio segnando dunque un incremento del 12,5 per cento.

Nike riporta lo sport al centro delle sue attenzioni. Calano i ricavi

Il colosso dello sportswear ha chiuso in calo il secondo trimestre dell'anno fiscale (conclusosi lo scorso novembre): ricavi per 12,4 miliardi di dollari (-8%) e un utile netto di 1,1 miliardi di dollari rispetto ai 1,5 di un anno fa. Gli analisti prevedevano profitti trimestrali pari a 968 milioni di dollari e un fatturato di 12,12 miliardi di fatturato.

I ricavi complessivi di Nike Direct sono 5 miliardi di dollari (-13%). Questo calo è da imputarsi principalmente alla contrazione delle vendite digitali (-21%), mentre un -2% è attribuito alla flessione degli acquisti in negozi di proprietà. In flessione anche i ricavi delle vendite all'ingrosso (-3%).

Revenue Decline for Dr. Martens: Sales Drop in North America

The iconic brand, best known for its production of rugged boots, closed the six-month period from April to September (ending September 29, 2024) with revenues of 324.6 million pounds (376.5 million euro), reporting a pre-tax loss of 28.7 million pounds compared to a profit of 25.8 million pounds in the same period last year. According to Dr. Martens (based in Wollaston, Northamptonshire), the primary cause of the decline is attributed to North American sales, which fell by 20.2% at constant currency to 114.7 million pounds. EMEA sales dropped by 15.5% to 162.4 million

pounds, while the APAC region contracted by 6.9% to 47.5 million pounds. Dr. Martens' direct-to-consumer sales declined by 7% (5% at constant currency): retail sales decreased by 9%, while e-commerce sales dropped by 4%. Wholesale revenue fell even more sharply, declining by 29% (27% at constant currency). The British group experienced a 12% decline in sales during the financial year ending March 2024, reaching 877 million pounds, down from the 1 billion pounds peak achieved the previous year. EBITDA fell by 19% to 197.5 million pounds.



PVH: Turnover Drops by 6%

In the third quarter of 2024, revenues for the group behind Calvin Klein and Tommy Hilfiger reached 2.2 billion dollars (-6%), while net income stood at 132 million dollars (-18.5%) compared to 163 million dollars a year earlier. EBIT was 183 million dollars, down from 230 million dollars in the same period of 2023. A detailed analysis shows that Tommy Hilfiger's revenues

remained stable despite a 3% decline in North America. Meanwhile, Calvin Klein's profits fell by 4%. For the first nine months, revenues totalled 5.9 billion dollars (5.6 billion euro), compared to 6.3 billion dollars in the previous year. Net income, however, increased by 12.5%, reaching 441 million dollars, up from 392 million dollars in the prior fiscal year.



Calvin Klein

Nike Refocuses on Sports as Revenues Decline

The sportswear giant closed the second quarter of its fiscal year (ending last November) with declining results: revenues of 12.4 billion dollars (-8%) and a net income of 1.1 billion dollars, down from 1.5 billion dollars a year earlier. Analysts had forecast quarterly profits of 968 million dollars and revenues of 12.12 billion dollars.

Nike Direct's total revenues reached 5 billion dollars (-13%), driven primarily by a -21% drop in digital sales, while a -2% decline was attributed to reduced in-store purchases at company-owned locations. Wholesale revenues also fell by -3%. Converse, a Nike brand, recorded revenues of 429 million dollars,



marking a 17% decline. On the expense side, selling and administrative costs amounted to 4 billion dollars (-3%), while spending on sports marketing increased by 1%. Overall operating expenses decreased by 5%.

Foot Locker: “Nike’s Challenges Are Negatively Impacting Our Financials”



In the first nine months of the fiscal year set to close, the American retailer reported flat revenues of 5.7 billion dollars (approximately 5.4 billion euro.) The company posted a loss of 37 million dollars, compared to a profit of 59 million dollars during the same period in the previous fiscal year. Sales declined significantly in the third quarter, with a drop of 1.4% resulting in revenues of

1.9 billion dollars and a loss of 33 million dollars, compared to a 28 million dollars loss in the prior year’s third quarter. From a geographical perspective, North America experienced a revenue decline of 3.7% (-0.7% over nine months), while the Asia-Pacific region saw an even steeper drop of -11.8% (-14.9% over nine months.) In contrast, the EMEA region demonstrated growth, with a 6.1% increase in Q3 (+3.7% over nine months). The outlook for the remainder of the fiscal year has been revised downward, with revenues now expected to decline between 1.5% and 1%.

Barbour: Profits Rise Despite Revenue Decline



Barbour closed its 2023-2024 fiscal year on a mixed note, with declining revenues but rising profits. Operating profit increased from 34.3 million pounds in 2023 to 39.5 million pounds, while pre-tax profit rose to 45.8 million pounds, up from 36.3 million pounds. Net profit reached 34.2 million pounds, compared to 33.8 million pounds the previous year. The company reported challenges in the wholesale channel, which experienced a drop in sales. However, its direct-to-consumer and online channels delivered “excellent

results,” showing year-over-year growth. Barbour maintained operations in its core markets, including the UK, Ireland, and overseas, with wholly owned subsidiaries in Germany and the United States. This year, the company expanded its footprint by opening a new subsidiary in Singapore. Additionally, it established distribution partnerships in new markets, identifying the Asia-Pacific region as a “key area of importance.” Despite the challenges posed by Brexit, Europe remains a vital market for the brand.

Il marchio Converse, con ricavi per 429 milioni di dollari ha perso il 17%. Sul fronte delle spese, i costi di vendita e amministrativi sono stati 4 miliardi (-3%), mentre le spese per il marketing sportivo sono aumentate dell'1%. I costi operativi generali sono scesi del 5%.

Foot Locker: “le difficoltà di Nike stanno pesando sui nostri conti”

Nei primi 9 mesi dell'anno fiscale che si andrà a chiudere, il retailer americano ha registrato ricavi flat per 5,7 miliardi di dollari (circa 5,4 miliardi di euro): 37 milioni la perdita, mentre nello stesso periodo del fiscal year precedente aveva avuto utili per 59 milioni di dollari. Le vendite sono calate soprattutto nel terzo trimestre: -1,4% con entrate per 1,9 miliardi di dollari e una perdita da 33 milioni (28 milioni del terzo quarter precedente). Per quanto riguarda l'andamento delle aree geografiche, il calo dei ricavi in Nord America è stato del 3,7% (-0,7% nei nove mesi) mentre nell'Asia-Pacifico si è registrato un -11,8% (-14,9% nei nove mesi). L'area Emea, per contro, è cresciuta del +6,1% nel Q3 (+3,7% nei nove mesi). Rivisto al ribasso, l'outlook per il resto dell'anno fiscale in corso, dovrebbe chiudersi con ricavi in calo tra l'1,5% e l'1%.

Barbour: salgono gli utili ma calano i ricavi

Si è chiuso in controtendenza il 2023-2024 di Barbour: terminato lo scorso aprile con ricavi in calo e utili in crescita. Sul fronte della marginalità, l'utile operativo del brand è passato dai 34,3 milioni di sterline del 2023 a quota 39,5 milioni, mentre l'utile ante imposte è salito a 45,8 milioni, contro i precedenti 36,3 milioni. L'utile netto si è attestato a 34,2 milioni di sterline, dai 33,8 del 2023. Il player ha dichiarato che nell'ultimo esercizio sono emerse difficoltà nel canale wholesale, che ha accusato un calo delle vendite, mentre hanno ottenuto “ottimi risultati” i canali direct-to-consumer e online, in crescita anno su anno. Guardando ai suoi mercati di riferimento, la società ha continuato a operare nel Regno Unito, in Irlanda e all'estero con sedi sussidiarie interamente di proprietà in Germania e negli Stati Uniti, a cui quest'anno se ne è aggiunta un'altra a Singapore. Siglate, inoltre, nel periodo partnership per la distribuzione in nuovi mercati, con l'Asia-Pacifico definita come un'area “importante”. Nonostante le ripercussioni della Brexit, l'Europa resta chiave per l'azienda.



Fratelli Alberti S.R.L.

siteinfo@fratellialberti.com - fratellialberti.com

RELIABILITY

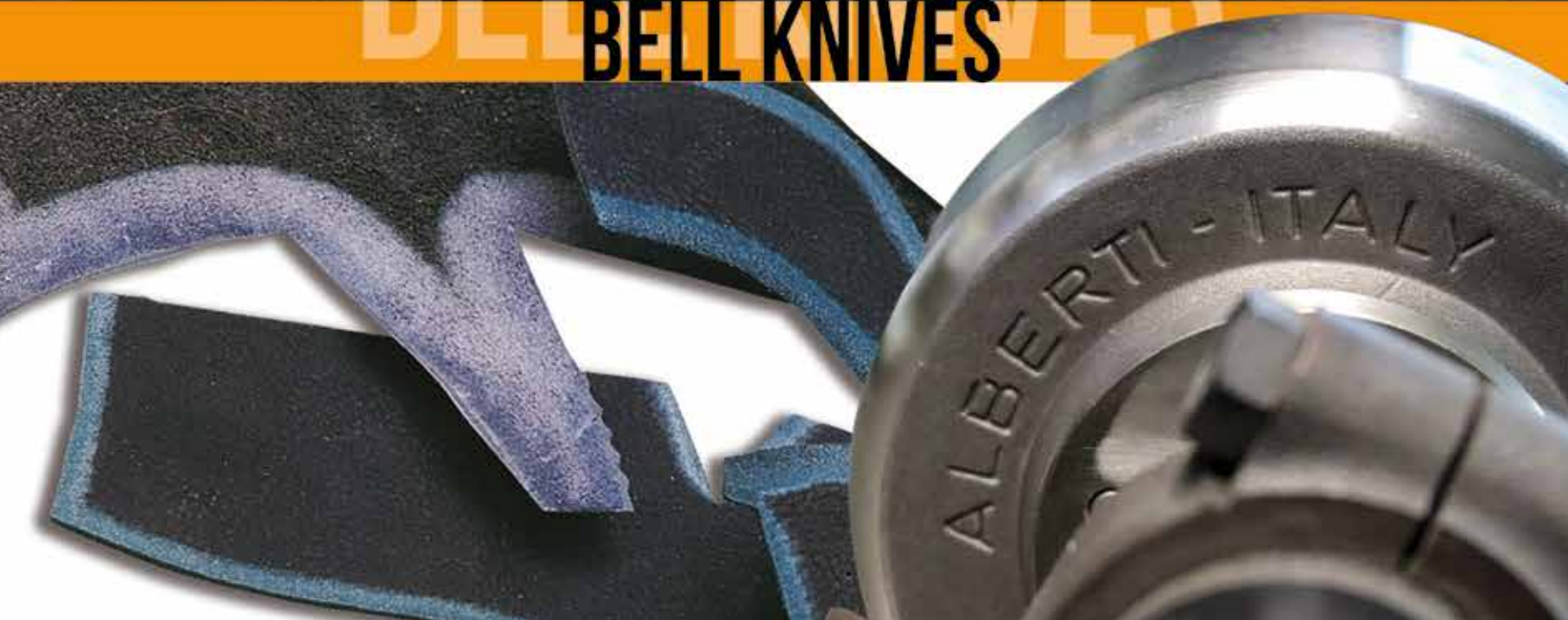
QUALITY

PRECISION

SAVINGS



BELL KNIVES



Italian Spinning in 2024

Despite a widespread decline, the trade balance remains positive



2024 is estimated to have closed with a negative trend for Italy's spinning sector as well. Wool spinning (the dominant segment, accounting for approximately 83% of total sector turnover), cotton spinning, and linen spinning all experienced declines. While awaiting final figures, data from Confindustria Moda indicates a 6.2% drop in sector revenue, with turnover falling to 2.7 billion euro. Production also declined by -6.7%. For international trade, exports are estimated to have fallen by -4.1% annually, while imports likely dropped by -15.1%. These trends would bring sector exports to 833 million euro, with imports falling to 797 million euro. The share of exports in total revenue would thus rise to 30.8%. These figures remain provisional, as definitive data is not yet available.

The projected dynamics for Italy's trade flows would result in a trade surplus of around 36 million euro (compared to a -70 million euro deficit in 2023). Domestically, the annual average is expected to decline by -12.2%. On the employment front, based on data from companies surveyed by Confindustria Moda, the Italian spinning sector is projected to end 2024 with slightly fewer employees than in 2023.

Foreign Trade in the First Nine Months of 2024

During this period, the spinning sector as a whole saw a double-digit export decline (-11.5%), while imports fell by -18.9%. The value of exported yarns dropped to 613.1 million euro, and imported yarns fell to 608.9 million euro. The sector's trade balance remained positive at 4.2 million euro.

La filatura italiana nel 2024

Nonostante la flessione generalizzata il saldo commerciale resta attivo

Anche per il comparto della filatura made in Italy il 2024 si stima si sia chiuso evidenziando un trend negativo: hanno sperimentato flessioni sia la filatura laniera (comparto preponderante, con una quota dell'83% circa sul fatturato settoriale totale), sia la cotoniera che la liniera. In attesa del bilancio a consuntivo i dati presentati da Confindustria Moda indicano un fatturato del settore in calo del 6,2%, con un turnover che scende a quota 2,7 miliardi di euro. In calo anche la produzione, -6,7%. Relativamente al commercio con l'estero si stima una perdita annua delle esportazioni nella misura del -4,1%; allo stesso tempo, le importazioni dovrebbero essere calate del -15,1%. Tali andamenti porterebbero il fatturato estero settoriale a quota 833 milioni di euro, mentre contestualmente l'import dovrebbe scendere a 797 milioni. L'incidenza dell'export sul fatturato totale si porterebbe quindi al 30,8%. Il condizionale è d'obbligo in quanto non sono ancora disponibili i dati definitivi.

La dinamica prevista per i flussi commerciali in entrata e in uscita dall'Italia determinerebbe un surplus con l'estero di circa 36 milioni di euro (nel 2023, invece, presentava un deficit di -70 milioni).

Per il mercato interno, il dato medio annuo dovrebbe essere inflessione del 12,2%. Sul versante occupazionale, in base ai dati forniti dalle aziende in base all'Indagine elaborata da Confindustria Moda, la filatura italiana dovrebbe chiudere il 2024 con un numero di dipendenti inferiore (seppur di poco) rispetto al 2023.

Il commercio con l'estero nei primi nove mesi del 2024

In tale periodo, la filatura, nel suo complesso, archivia un calo a doppia cifra in termini di export, pari al -11,5%; parallelamente, anche l'import presenta una flessione, nella misura del -18,9%. Nel periodo in esame, il valore dei filati esportati scende a 613,1 milioni di euro, mentre quello dei filati importati cala a 608,9 milioni.

Il saldo commerciale della filatura risulta positivo per 4,2 milioni. La flessione dell'export ha interessato tutte le tipologie di filato, ad eccezione dei filati per aguglieria che hanno registrato un +0,6%. Per il settore laniero le esportazioni di filati

sia cardati sia pettinati presentano un decremento: i primi flettono del -8,4%, mentre i secondi del -13,5%. I filati misti chimico/lana registrano il trend peggiore, -26,7%. Mentre i filati di cotone calano del 12,4%, meno pesante la flessione dei filati di lino, -4,1%.

Import
Per quanto concerne i flussi in ingresso, da gennaio a settembre 2024 le importazioni di filati lanieri sono calate del 14,9%, con le lane pettinate che hanno perso il 33,9%, mentre le importazioni di filati misti chimico/lana calano rispettivamente del 28,2% e dell'11,7%. In crescita gli acquisti di filati di lino e per aguglieria: +8,0% e +12,8%.

Trend dei principali mercati di destinazione dell'export
Le vendite estere di filato di lana cardato evidenziano tutte delle flessioni, ad esclusione di Hong Kong, che a fronte di una crescita del +15,4%, guadagna il primo posto, diventando il primo cliente dei filati cardati con una quota del 17,7% dei flussi totali di comparto. Il Regno Unito, sceso in seconda posizione, presenta una perdita del -16,4% e passa a uno share del 13,0%. Al terzo posto si conferma la Turchia, che ha fatto registrare un calo contenuto al -1,1%, assicurandosi un'incidenza del 9,6%. Seguono il Portogallo e la Corea del Sud, -6,6% e -10,5%. Continua a perdere terreno la Romania che, dalle prime posizioni detenute fino al 2021, passa al sesto posto, registrando una flessione del -7,0%. Dinamiche negative caratterizzano, anche, le vendite dirette in Bulgaria (-9,9%), in Cina (-19,7%), in Tunisia (-11,0%) e in Croazia (-52,3%).
Nel periodo in esame, il principale cliente di filato di lana pettinata è stata la Francia (+2,2%). La Turchia sale in seconda posizione (+7,9%). Seguono la Romania, -24,6%, il Portogallo, -8,9%, e la Germania. -19,5%. Contrazioni anche per Hong Kong e Cina, -6,1% e -5,8%. Infine, sperimentano perdite double-digit il Regno Unito (-18,5%), la Bulgaria (-32,9%) e la Repubblica Ceca (-49,4%).
Nei primi nove mesi del 2024 hanno perso quote di vendite all'estero anche i filati misti chimico/lana assiste ad una perdita verso i principali mercati di sbocco di questa tipologia di filato. Francia e Turchia, prima e seconda destinazione dell'export, con una quota complessiva del 27,5%, calano su ritmi differenti, la prima perde il -1,9% mentre la seconda il -17,1%. In flessione anche la Bulgaria (-0,6%) che assorbe il 7,7% dell'export. Seguono Croazia (-42,7%), Portogallo

THE ITALIAN SPINNING INDUSTRY ⁽¹⁾ (2019-2024*)
(Millions of euro)

	2019	2020	2021	2022	2023	2024*
Turnover	2,774	2,020	2,600	3,243	2,886	2,706
Change %		-27.2	28.7	24.7	-11.0	-6.2
Value of production	1,706	1,243	1,603	1,993	1,770	1,652
Change %		-27.1	28.9	24.3	-11.1	-6.7
Exports	809	651	837	986	868	833
Change %		-19.6	28.6	17.8	-12.0	-4.1
Imports	837	594	807	1,134	938	797
Change %		-29.1	35.8	40.6	-17.2	-15.1
Trade balance	-28	57	31	-148	-70	36
Apparent consumption	1,734	1,187	1,572	2,140	1,841	1,616
Change %		-31.6	32.5	36.1	-14.0	-12.2
Structural indicators (%)						
Export/Turnover	29.2	32.2	32.2	30.4	30.1	30.8
Imports / Apparent cons.	48.3	50.0	51.3	53.0	51.0	49.3

Source: Confindustria Moda on ISTAT data and Internal Research
⁽¹⁾Wool, cotton and linen yarns
*Estimates

Export declines affected all yarn types except knitting yarns (+0.6%). For the wool segment, exports of both carded and combed yarns fell: carded yarns dropped by -8.4%, while combed yarns fell by -13.5%. Blended chemical/wool yarns saw the worst trend (-26.7%). Cotton yarns declined by -12.4%, while linen yarns declined more modestly (-4.1%).

Imports
From January to September 2024, imports of wool yarns fell by -14.9%, with combed wool plunging -33.9%. Imports of blended chemical/wool yarns dropped by -28.2% and -11.7%, respectively. Purchases of linen and knitting yarns grew (+8.0% and +12.8%).

Trends in Key Export Markets
Sales of carded wool yarns declined in all markets except Hong Kong (+15.4%), which claimed the top spot as the leading buyer (17.7% of total sector flows). The UK, now in second place, declined by -16.4% (13.0% share). Turkey held third place (-1.1%, 9.6% share), followed by Portugal (-6.6%) and South Korea

(-10.5%). Romania continued to lose ground, dropping to sixth place (-7.0%). Negative trends also hit Bulgaria (-9.9%), China (-19.7%), Tunisia (-11.0%), and Croatia (-52.3%).
During the period under review, the main customer for combed wool yarn was France (+2.2%). Turkey rose to second place (+7.9%). Following were Romania (-24.6%), Portugal (-8.9%), and Germany (-19.5%). Declines were also recorded for Hong Kong and China, at -6.1% and -5.8%, respectively. Lastly, the United Kingdom (-18.5%), Bulgaria (-32.9%), and the Czech Republic (-49.4%) experienced double-digit losses. In the first nine months of 2024, mixed chemical/wool yarns also lost market share abroad, registering a decline in sales to the main export destinations for this type of yarn. France and Turkey, the top two export destinations with a combined share of 27.5%, saw declines at different rates: the former dropped by -1.9%, while the latter fell by -17.1%. Bulgaria, which accounts for 7.7% of exports, also declined slightly (-0.6%). Other decreases were recorded in Croatia (-42.7%), Portugal (-13.4%), Romania

FOREIGN TRADE OF ITALIAN SPINNING INDUSTRY: ANALYSIS BY SECTOR

(Period: January -September 2024)

	Import		Export		Balance
	Mill. Euros	Var. %	Mill. Euros	Var. %	Mill. Euros
Wool carded yarns	50	-14.9	141	-8.4	91
Worsted wool yarns	175	-33.9	199	-13.5	24
Chemical yarns/wool	54	-28.2	44	-26.7	-9.2
Needlecraft yarns	7	12.8	67	0.6	59
Cotton yarns	229	-11.7	128	-12.4	-101
Linen yarns	94	8.0	34	-4.1	-60
Total Yarns	609	-18.9	613	-11.5	4

Source: Confindustria Moda
on ISTAT data

(-32.3%), Germany (-30.4%), Spain (-48.9%), and Hong Kong (-0.9%). Conversely, sales to Serbia increased (+13.5%). Regarding cotton yarns, from January to September 2024, export flows to the top ten markets declined across the board, except for Spain, which saw a +7.5% increase, positioning itself in seventh place. Germany, still the leading destination with a 17.5% share of Italy's total cotton yarn exports, decreased by 9.1%. It was followed by the Czech Republic and Hungary, which fell by -1.6% and -7.4%, respectively. Exports to France also declined by -18.1%, similarly to the United Kingdom, which recorded a -19.5% drop. Portugal, with a 4.7% share of total exports, decreased by -11.9%. Lastly, contractions were also observed in Croatia (-16.4%), Austria (-36.6%), and Turkey (-16.2%).

Importing Countries

Regarding carded wool yarns, China remains the leading supplier despite a decline of -18.5%. It is followed by Lithuania, which limited its loss to -3.9%. The United Kingdom and Poland both recorded negative variations, albeit to different extents: the former decreased by -6.7%, while the latter dropped by -42.6%. Thanks to a significant increase, India surged to fifth place, now holding a 1.1% share of total

imports. These five nations collectively account for 97.5% of the sector's total imports. The top six suppliers of combed wool yarn, which contribute 87.2% of total imports for this category, experienced significant declines during the period under review. Imports from Romania fell by -39.3%, from Bulgaria by -28.2%, and from Poland by -26.5%. The Czech Republic saw a decrease of -32.5%, while China declined by -38.8%. Finally, after recording triple-digit growth in the same period of 2023, India saw a decline of -31.9%. Regarding chemical/wool blended yarns, the top five suppliers, which account for 83.4% of total imports, showed mixed trends. Romania, the leading supplier, recorded a drop of -28.6%, followed by Turkey at -25.6%. Conversely, Bulgaria and Spain, the third and fourth largest suppliers, grew by +5.8% and +1.6%, respectively. Serbia, on the other hand, experienced a decline of -3.2%. Finally, cotton yarn imports are dominated by five suppliers, which together account for 83.2% of total imports. Turkey remains the top supplier with a slight increase of +0.8%, followed by India, which fell by -12.1%. Egypt recorded a growth of +9.4%, while significant setbacks were observed for China (-23.5%) and Pakistan (-39.5%).

(-13.4%), Romania (-32.3%), Germania (-30.4%), Spagna (-48.9%) e Hong Kong (-0.9%). Crescono invece le vendite in Serbia (+13.5%).

Per quanto concerne i filati di cotone, da gennaio a settembre 2024 i flussi diretti nei primi dieci mercati risultano tutti in calo, ad eccezione della Spagna (che con un aumento del +7.5% si posiziona in settima posizione). La Germania, sempre al primo posto con un'incidenza del 17.5% sul totale dei filati di cotone esportati dall'Italia, cala del 9.1%. Seguono Repubblica Ceca e Ungheria, in flessione rispettivamente del -1.6% e del -7.4%. Anche l'export in Francia perde il -18.1%, similmente quello nel Regno Unito il -19.5%. Il Portogallo (con uno share del 4.7% sul totale) cala del -11.9%. Infine, mostrano una contrazione anche la Croazia (-16.4%), l'Austria (-36.6%) e la Turchia (-16.2%).

Paesi di importazione

Relativamente ai filati cardati di lana, la Cina si conferma primo supplier, nonostante mostri un calo del -18.5%; segue la Lituania, che contiene la perdita al -3.9%. Il Regno Unito e la Polonia archiviano entrambi una variazione negativa, ma su entità differenti: il primo flette del -6.7% e la seconda del -42.6%. Grazie ad un consistente aumento, balza al quinto posto l'India, che detiene ora l'1.1% delle importazioni. Queste cinque nazioni coprono il 97.5% dell'import totale di comparto.

I primi sei "fornitori" di filato di lana pettinato, in grado di assicurare l'87.2% del totale importato di questa tipologia, nel periodo in esame sperimentano importanti dinamiche negative. L'import dalla Romania cala del -39.3%, quello dalla Bulgaria del -28.2% e quello della Polonia del -26.5%. La Repubblica Ceca presenta un decremento del -32.5%, la Cina del -38.8%. Infine, l'India, dopo la crescita a tre cifre registrata nel medesimo periodo 2023, flette del -31.9%.

Relativamente ai filati misti chimico/lana, i primi cinque supplier (che assicurano l'83.4% del totale) presentano dinamiche differenti. La Romania, primo paese, registra un calo del -28.6%, segue la Turchia, -25.6%. Di contro, Bulgaria e Spagna, terzo e quarto mercato di approvvigionamento, crescono rispettivamente del +5.8% e del +1.6%. In calo la Serbia, -3.2%. Infine, le importazioni dei filati di cotone sono assicurate per l'83.2% da cinque fornitori: prima la Turchia, +0.8%; seconda l'India, -12.1%. Seguono L'Egitto, +9.4%; mentre si evidenziano significative battute d'arresto per la Cina (-23.5%) e per il Pakistan (-39.5%).

Il settore reagisce scendendo in campo con tante novità

Soddisfazione generale per l'ultima edizione di Pitti Immagine Filati (Firenze 28-30 gennaio 2025) che ha fatto registrare un'affluenza di 2.850 compratori, dei quali 1.050 quelli provenienti dall'estero, in rappresentanza di oltre 50 paesi. Complessivamente i visitatori, includendo la stampa, gli agenti e i fornitori sono stati 3.400. 116 gli espositori, che hanno messo in mostra le collezioni destinate alla primavera-estate 2026.

"Pitti Filati ha dimostrato anche a questa edizione il suo essere punto di riferimento del settore", ha detto Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine. "Negli stand in Fortezza Da Basso, nelle nuove collezioni e nelle novità delle aziende, abbiamo registrato la grande capacità di reazione che la filatura sta mettendo in campo in questo momento difficile sulla scia di un ottimismo che non abbandona gli imprenditori".

Sul fronte delle presenze internazionali hanno registrato performance in crescita Gran Bretagna, Stati Uniti, Russia, Portogallo e Belgio; numeri in leggera diminuzione per i compratori da Svizzera, Turchia e Cina. Nel ranking delle presenze internazionali si conferma in testa la Francia, seguita da Gran Bretagna, Stati Uniti, Germania, Spagna, Svizzera, Turchia, Giappone, Cina, Russia, Portogallo, Belgio.

Nella giornata conclusiva di Pitti Filati si è svolto anche il nuovo appuntamento con la CFMI Academy, il primo progetto in Italia dedicato allo sviluppo di nuova imprenditorialità nella moda per studenti di Fashion Design, realizzato dal Centro di Firenze per la Moda Italiana, Pitti Immagine e UniCredit, con la collaborazione di Piattaforma Sistema Formativo Moda e Polimoda come educational partners.

Il primo workshop del nuovo progetto della CFMI Academy, evoluta da percorso formativo in un vero e proprio Fashion Incubator, ha visto svolgersi una serie di intense sessioni di mentoring per i 5 progetti imprenditoriali selezionati.

Pitti Immagine Filati 96

A surge of innovations marks the industry's response



There was widespread

satisfaction with the latest edition of Pitti Immagine Filati (Florence, January 28-30, 2025), which recorded an attendance of 2,850 buyers, including 1,050 from abroad, representing over 50 countries. In total, including press, agents, and suppliers, the event welcomed 3,400 visitors. A total of 116 exhibitors showcased their collections for the Spring-Summer 2026 season.

"Once again, Pitti Filati has proven to be the industry's benchmark event," said Raffaello Napoleone, CEO of Pitti Immagine. "In the stands at Fortezza Da Basso, through the new collections and company innovations, we witnessed the industry's remarkable ability to respond proactively during this challenging period – driven by an optimism that continues to fuel entrepreneurs."

On the international front, visitor numbers grew from the United Kingdom, the United States, Russia, Portugal, and Belgium, while there was a slight decrease in buyers from Switzerland, Turkey, and China.

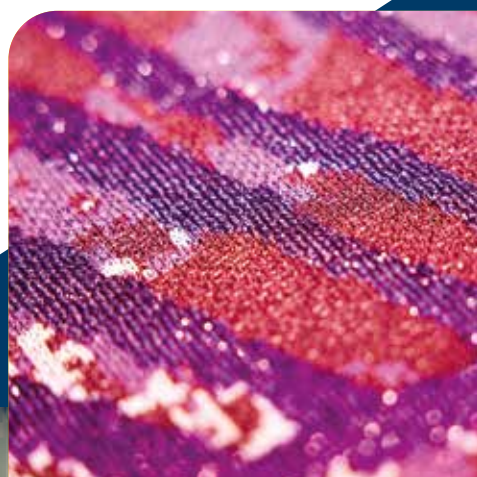
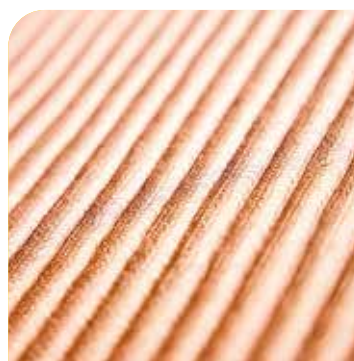
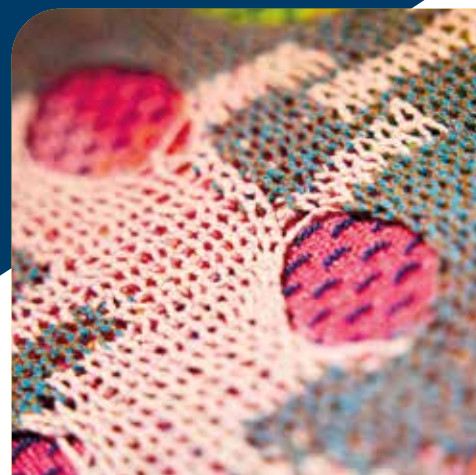
France remained at the top of the international attendance ranking, followed by the United Kingdom, the United States, Germany, Spain, Switzerland, Turkey, Japan, China, Russia, Portugal, and Belgium.

On the final day of Pitti Filati, a new session of the CFMI Academy took place. This is Italy's first project dedicated to fostering new entrepreneurship in fashion for Fashion Design students. It is organized by the 'Centro di Firenze per la Moda Italiana,' Pitti Immagine, and UniCredit, in collaboration with 'Piattaforma Sistema Formativo Moda' and Polimoda as educational partners. The first workshop of the newly evolved CFMI Academy, now transformed from a training program into a full-fledged Fashion Incubator, featured an intense series of mentoring sessions for the five selected entrepreneurial projects.





Pitti Immagine filati



details

Florence,
January 28-30

fair



Pitti Immagine filati



**Simac
Tanning
Tech**

INTERNATIONAL EXHIBITIONS OF MACHINES AND TECHNOLOGIES
FOR FOOTWEAR, LEATHERGOODS AND TANNING INDUSTRIES

23.24.25
SEPTEMBER 2025
MILAN • ITALY
simactanningtech.it

BE SMART!
FROM SKILLS TO FACTORY



FIERA MILANO

Organized by: Assomac Servizi Srl | Tel.: +39 038 178 883 | exhibition@assomac.it



madeinitaly.gov.it



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale





Luigi Carnovali s.a.s.

Since 1908, a tradition of quality for a sustainable future

