



Seminarios virtuales Miércoles del exportador

Una mirada al mercado  
**Italiano de la  
Moda**

---

Lima, 20 de noviembre de 2024



**Melissa  
Cabrera Santos**

OCEX Milán

[mcsantos@promperu.gob.pe](mailto:mcsantos@promperu.gob.pe)



# 1

## Datos Generales del Mercado Italiano

# Indicadores Macroeconómicos Italia

Italia es uno de los 6 Países fundadores de la Comunidad Económica Europea - CEE (año 1958), hoy Unión Europea



## POBLACIÓN

58,9 millones



## PIB per capita 2023

35,351 millones de €

## PIB total

2.085,4 millones de €



## HUSO HORARIO

6 Hr. – Hora Solar (Oct)

7 Hr. – Hora Legal (Mar)



## DIVISA

Euro



## TIPO DE CAMBIO

USD. 1,05 / S/. 4,2



## INFLACIÓN

5,7 %

## IMPORT

591.717 millones de €

## EXPORT

626.177 millones de €

# El Mercado

**Recuperación gradual:** La economía italiana mostró signos de recuperación en 2023-2024, crecimiento del PIB, aunque a un ritmo más moderado



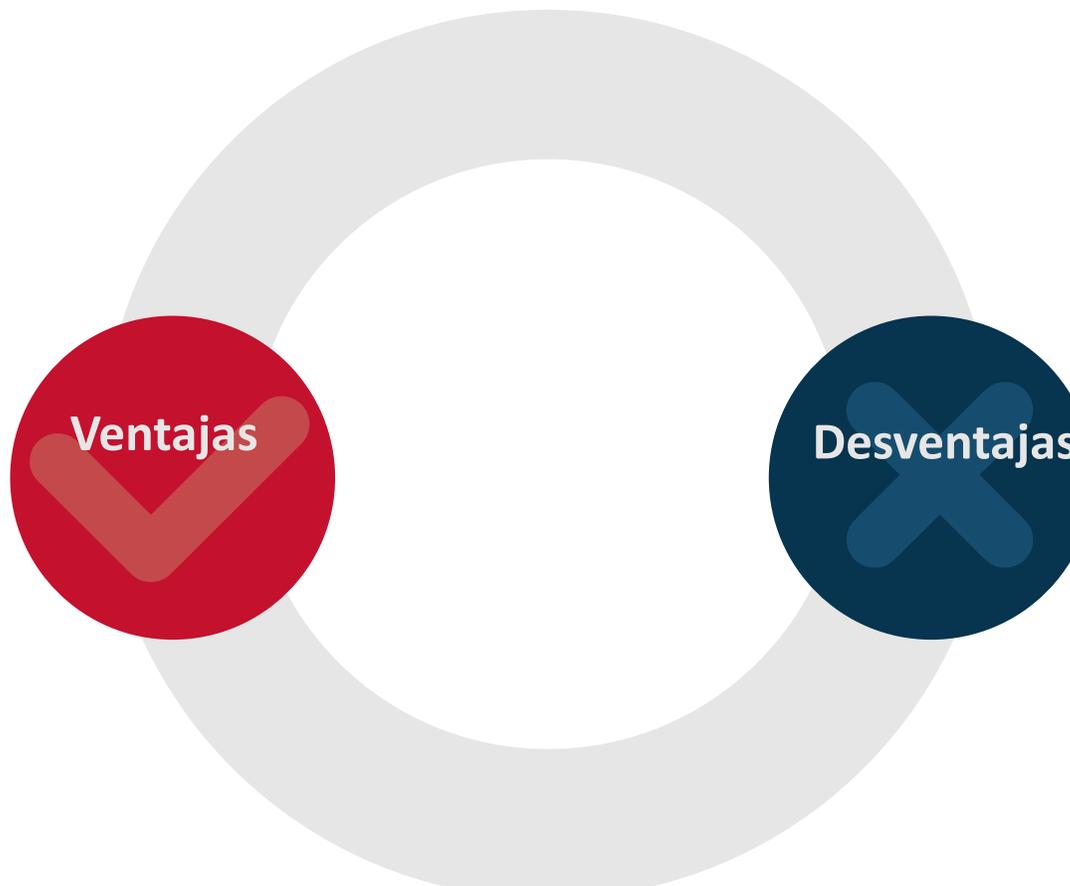
**Sector turístico resiliente:** Turismo sigue siendo uno de los motores de la economía, demostró notable capacidad de recuperación, impulsado por la demanda interna.



**Italia es el noveno país de la economía mundial,** por PIB nominal, conformada por empresas que fabrican productos de cuero, joyería, maquinaria, muebles, textiles, zapatos y vestimenta.



El **mercado al detalle** alcanzó los **468.730 millones de dólares** en 2023 y es el hogar de muchas marcas famosas, como Gucci y Ferrari.- **Made In Italy = Status**



**Envejecimiento de la población:** El envejecimiento demográfico puede reducir la demanda de ciertos tipos de productos.



**Crisis energéticas:** Los aumentos en los costos de energía pueden incrementar los costos de producción y afectar la competitividad de las empresas. (Gas: Rusia, Algeria, Noruega)



**Cambios en las regulaciones:** Las regulaciones y normativas pueden cambiar con frecuencia, lo que exige un seguimiento constante por parte de las empresas exportadoras.



**Cambios en las regulaciones:** Las regulaciones y normativas pueden cambiar con frecuencia, lo que exige un seguimiento constante



## 2 Por qué Italia es un mercado atractivo para las marcas peruanas

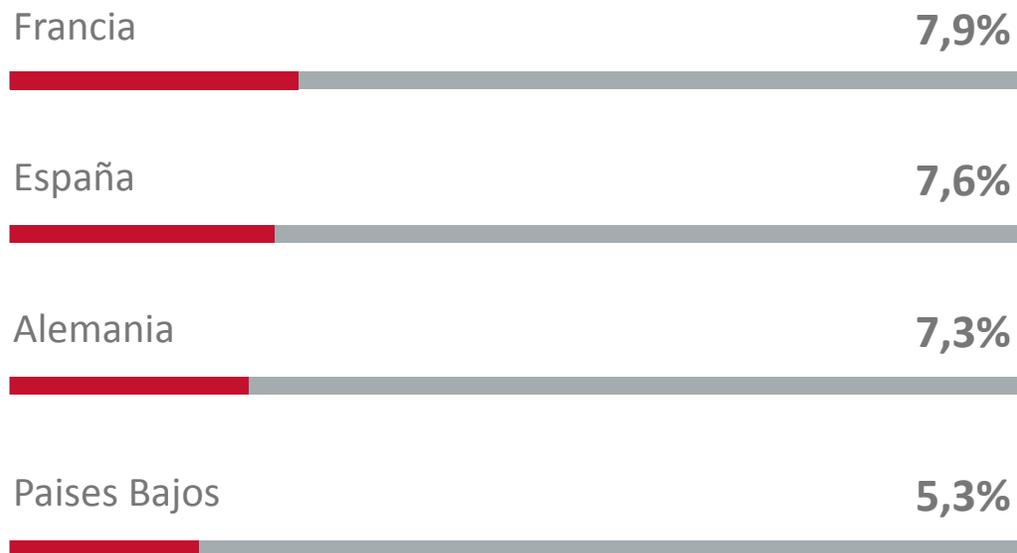


Vestimenta

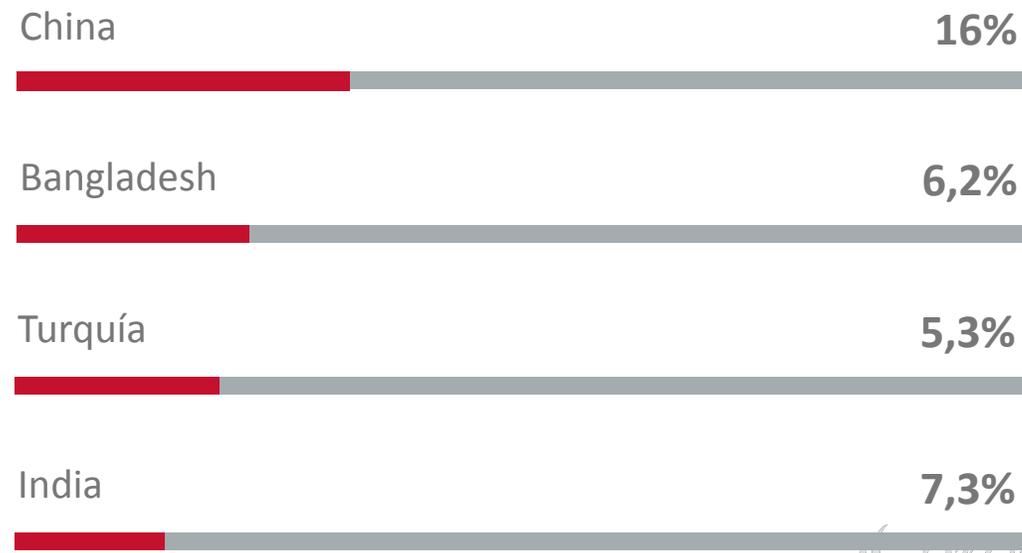
**Tras el fuerte repunte posterior a la pandemia, 2023 fue un año de consolidación en el sector textil-confección. El volumen de negocios estimado se sitúa justo por debajo de los 64 000 millones de euros, un +2% más que el año anterior.**

## Principales proveedores de Italia

Los principales proveedores de Italia a nivel Europeo, post Brexit representan una cuota del 47,1% del 100% total de importaciones, en ese sentido los principales países son:



Mientras que los países proveedores del sector textil provenientes de países Extra Europeos, ocupan una porcentual del 52,9% de las importaciones, los principales países son :





**Vestimenta**

**Las exportaciones del sector textil a Italia alcanzaron un valor de USD 1.604.000 con un VAR% de -2% respecto al 2023.**

# Productos Requeridos por el Mercado

01



## T-shirts

de algodón para hombre y mujer



02



## Suéteres

Jersey de lana



03



## Suéteres

Jersey de algodón



04



## Prendas

Sostenibles



05



## Prendas

De fibras sintéticas y/o recicladas



# La Moda italiana

## Raíces Históricas

- **Renacimiento:** Florencia como centro de la moda y el lujo.
- **Siglo XX:** Surgimiento de casas de moda icónicas como Gucci, Prada y Versace.
- **"Made in Italy":** Un sello de calidad reconocido a nivel mundial.
  
- **Distritos textiles especializados:**
- **Como:** Famoso por sus tejidos de seda.
- **Prato:** Especializado en tejidos de lana.
- **Biella:** Líder en la producción de cachemira y lana Merino.
  
- **Semana de la Moda de Milán:** Un evento global que impulsa las últimas tendencias.



**STORIA DELLA MODA ITALIANA**  
GLI STILI E STILISTI ITALIANI

# La Moda Italiana en el Siglo XXI

## Evolución y Desafíos

- **Fusiones entre tradición y modernidad:**
  - ✓ **Artesanía y tecnología:** Combinación de técnicas tradicionales con innovaciones tecnológicas.
  - ✓ **Sostenibilidad:** Creciente conciencia sobre el impacto ambiental y social de la moda.
- **Nuevos talentos y marcas emergentes:**
  - ✓ **Diseñadores independientes:** Una nueva generación de diseñadores que desafía las convenciones.
  - ✓ **Marcas sostenibles:** Empresas que priorizan la ética y la sostenibilidad.
- **Desafíos:**
  - ✓ **Competencia global:** La necesidad de adaptarse a un mercado cada vez más competitivo.
  - ✓ **Digitalización:** La importancia de las redes sociales y el comercio electrónico.





## El Consumidor Italiano: Más allá de la moda

# Análisis del perfil del consumidor italiano



## Valores

- **Calidad:** Buenos materiales y buenos acabados.
- **Diseño y estética:** Aprecian diseño innovador y una estética atemporal.
- **Marca:** Representa un estatus social y una cierta garantía
- **Made in Italy:** Orgullo nacional y una confianza en la artesanía local.
- **Sostenibilidad:** Sensible al impacto ambiental y social de la moda.



## Preferencias

- **Clásicos atemporales:** Prendas clásicas y versátiles, que puedan combinarse fácilmente con otras piezas.
- **Colores neutros:** Neutros como el negro, el blanco, el gris y el beige, colores vivos y estampados, en primavera y verano.
- **Materiales naturales:** Como la lana, Alpaca, el algodón y la seda son muy valorados por su calidad y tacto.



## Hábitos de Compra

- **Tiendas físicas:** Donde pueden tocar y probar las prendas.
- **Outlet villages:** Prendas de marca a precios reducidos.
- **Marcas de lujo:** Pasión por las marcas de lujo, nacionales e internacionales.
- **Influencia de las redes sociales:** Gran influencia en las decisiones de compra, especialmente entre los más jóvenes.



## Estandares

- **Atención al detalle:** Aprecian los detalles y acabados: botones, las costuras y los materiales.
- **Diseño innovador:** Abiertos a nuevas tendencias, buscan marcas con diseños innovadores y originales.
- **Sostenibilidad:** Más consumidores exigen productos sostenibles y éticamente producidos.

# La importancia de la sostenibilidad y la ética en la moda italiana.

Italia, un referente mundial en moda, está experimentando una profunda transformación hacia prácticas más sostenibles y éticas. La moda italiana, históricamente reconocida por su elegancia y artesanía, está evolucionando para integrar valores como la responsabilidad social y ambiental. Esto se traduce en un compromiso creciente por parte de diseñadores, marcas y consumidores hacia un futuro más sostenible. No se trata de una tendencia, sino, de un **requerimiento del mercado** que solicita contar con **certificaciones** alineadas a la sostenibilidad y buenas practicas.



### FAIR TRADE

La norma tiene como objetivo dar mayor peso a las demandas de los trabajadores y condiciones de trabajo



### OEKO – TEX St 100

Garantiza que los textiles no contienen ni liberan sustancias nocivas para la salud humana.



### INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION

La norma más reconocida es la ISO 1401 para gestión ambiental; ISO 14024 se refiere al etiquetado.



### RAS

Es una norma internacional y voluntaria que aborda el bienestar de los animales en la cadena de suministro de la alpaca.



### GLOBAL ORGANIC TEXTILE STANDARD

Es una norma internacional de certificación por terceros para productos textiles.

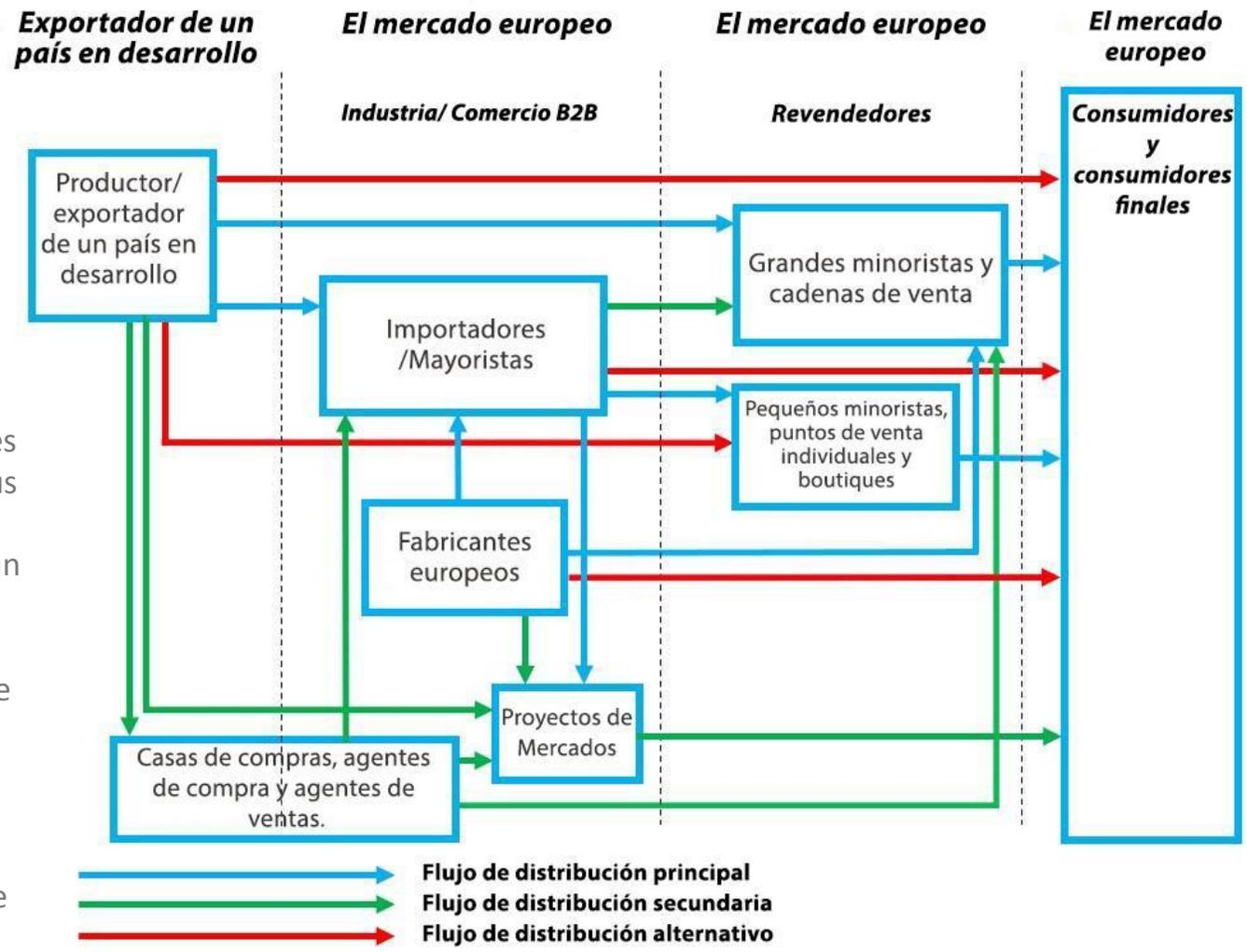


### ORGANIC CONTENT STANDARD

Garantiza que al menos el 95% (etiqueta Organic Content 100) o el 5% (etiqueta Organic Content Blended) de la fibra orgánica está presente en el tejido.

# Los canales de distribución más relevantes

Un exportador puede acceder al mercado a través de varios puntos: importadores/mayoristas que suministran a grandes cadenas de retail, fabricantes europeos que pueden integrar sus productos en sus líneas, o directamente a pequeños minoristas y boutiques. Las casas de compra y agentes juegan un papel crucial como intermediarios, conectando a los productores con los diferentes actores de la cadena de distribución. Es importante destacar que existen flujos de distribución principales y secundarios, lo que indica que los productos pueden llegar al consumidor final a través de múltiples rutas. La elección del canal de distribución dependerá de factores como el tipo de producto, el posicionamiento de la marca, el volumen de ventas y el presupuesto disponible.



## Principales Canales de Venta Online de Moda en Italia

El comercio electrónico de moda en Italia vive un auge sin precedentes.

Según nuestro análisis, **Zalando** se consolida como el líder indiscutible del sector, seguido de cerca por **Vinted**, una plataforma centrada en la moda de segunda mano que refleja la creciente conciencia sobre la sostenibilidad.

	Azienda	Settore	Stima Rilevanza	Stima Visitatori unici	Stima Tempo medio	Stima Frecuencia di rimbalzo
1	 <b>Zalando</b>	 Moda	1.000	5.217.978	09:36	40,0%
2	 <b>Vinted</b>	 Moda	514	2.421.033	12:15	25,0%
3	 <b>Zara</b>	 Moda	338	1.490.492	07:43	51,0%
4	 <b>H&amp;M</b>	 Moda	300	1.215.279	07:26	33,0%
5	 <b>Shein</b>	 Moda	293	1.150.814	12:43	23,0%
6	 <b>OVS</b>	 Moda	241	895.727	07:07	34,0%
7	 <b>ASOS</b>	 Moda	224	836.755	07:14	34,0%



4

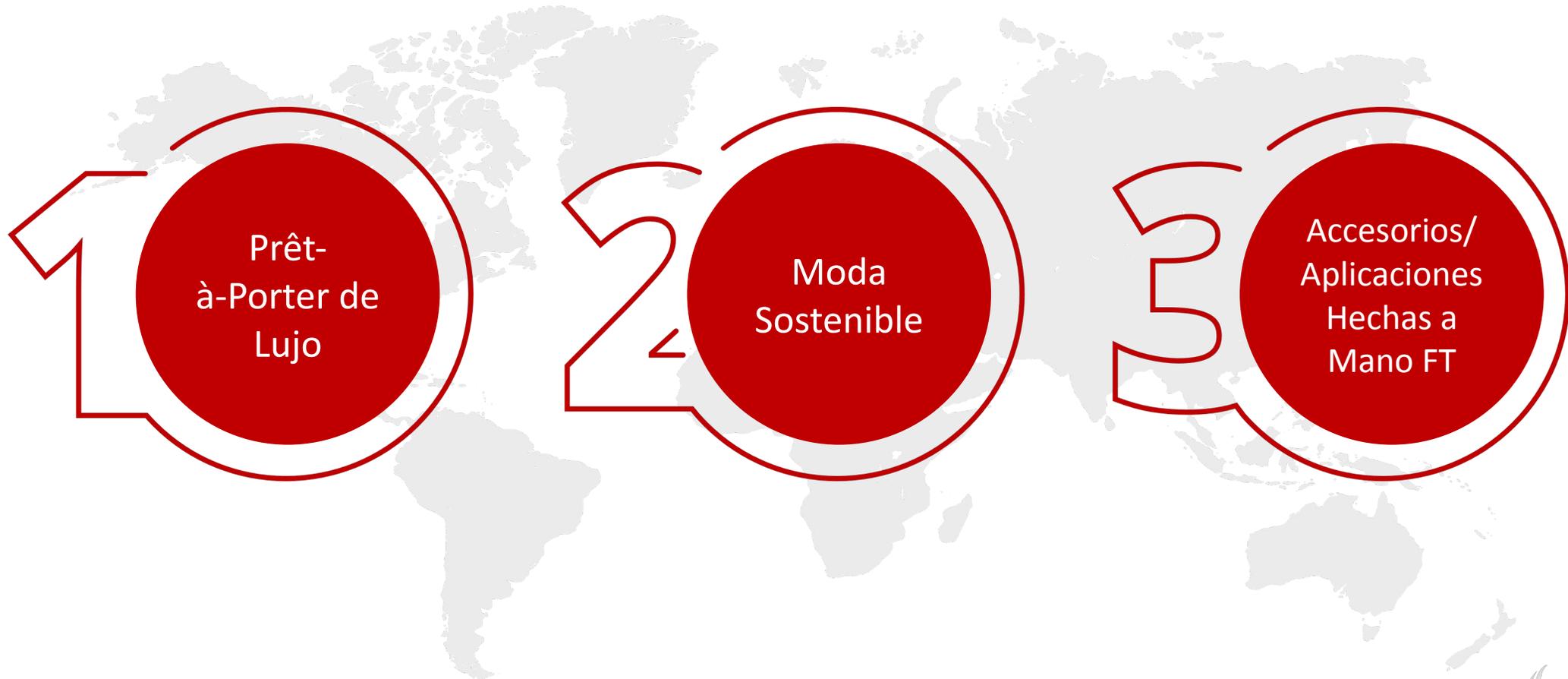
## Oportunidades para el sector textil y moda en Italia

## Fortalezas de la oferta peruana

- **Calidad excepcional:** Fibras naturales de alpaca y algodón pima, reconocidas mundialmente por su suavidad, resistencia y termoregulación.
- **Diseño único:** Fusión de tradiciones ancestrales con diseños contemporáneos, creando piezas exclusivas y con una fuerte identidad peruana.
- **Sostenibilidad:** Producción artesanal y respetuosa con el medio ambiente, con un fuerte compromiso con las comunidades locales y el comercio justo.
- **Exclusividad:** Producciones limitadas y personalizadas.



# Nichos de Mercado con Potencial en Italia



# Alineación de la oferta a las expectativas del Mercado



# Casos De Éxito

## ESCVDO



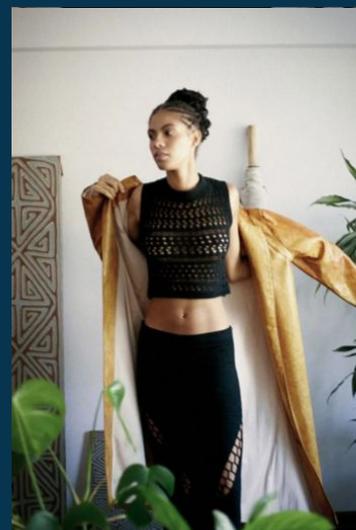
Chiara Machiavelli, fundadora de Escvdo, fue premiada en los [CNMI Sustainable Fashion Awards 2024](#) durante Milan Fashion Week, en septiembre de 2024 con el 'The Bicester Collection Award for Emerging Designers' por su compromiso en destacar la artesanía peruana, presentada en 'Designers for the Planet' en elFashion Hub.

## J SALINAS



La colección SS25 fue presentada en Milan Fashion Week, se inspira en el Amazonas. J.Salinas apuesta por trabajar con 45 tejedoras provenientes de comunidades para apoyar y reconocer el talento y profesionalidad en el arte del tejido, incorporando la autenticidad de Perú a sus colecciones y creando al mismo tiempo vínculos significativos con las comunidades locales.

## SAKE



La colección «Legado» primavera-verano 2025, presentada en el Fashion Hub del Palazzo Giureconsulti durante Milan Fashion Week, se produce en las comunidades rurales de los Andes y la Amazonia y valoriza el telar wari, símbolo del arte textil precolombino, así como la piel de paiche, el uso de tinturas naturales y el uso de la shiringa amazonica.

## SUSAN WAGNER



La marca Susan Wagner, fue presentada en Milan Fashion Week dentro de Fashion Hub, la marca propone colecciones lujosas y sostenibles que realzaran la artesanía local. El material principal de la colección, NEBULÆ, es un tejido innovador que combina la fibra de Ceibo -que prospera en los bosques de América Latina- y el algodón orgánico regenerativo.

**GRACIAS**



Seminarios virtuales Miércoles del exportador

# Preguntas y respuestas

**Melissa Cabrera  
Santos**

[mcsantos@promperu.gob.pe](mailto:mcsantos@promperu.gob.pe)

**OCEX Milán**