

Martedì 9 Settembre 2025
Notizie mercati esteri [1]

Notizie dai mercati esteri - Australia

La domanda di moda di alta gamma cresce in Australia: focus sui consumatori HNWI

Nel mese di agosto 2025 il Governo del Nuovo Galles del Sud ha presentato la prima strategia istituzionale dedicata al settore moda, la NSW Fashion Sector Strategy 2025–2028 [2]. Si tratta di un documento di portata storica, in quanto riconosce ufficialmente la moda non solo come fenomeno culturale, ma anche come comparto economico di rilievo strategico per lo Stato. Secondo i dati resi noti, il settore moda e tessile contribuisce con circa 9,7 miliardi di dollari australiani al PIL del NSW e genera esportazioni per 7,2 miliardi di dollari all'anno, corrispondenti a circa l'1,7% del totale nazionale. È inoltre un ambito fortemente caratterizzato dall'occupazione femminile: il 77% della forza lavoro del comparto è costituito da donne, a conferma della centralità sociale oltre che economica del settore.

La strategia, articolata su sei direttrici principali, mira a rafforzare l'intera filiera. In particolare, essa prevede la creazione di un Fashion Hub a Sydney in collaborazione con l'University of Technology e il City Council, concepito come spazio di innovazione e connessione tra imprese, creativi e istituzioni; l'avvio di uno studio di fattibilità per una Smart Factory dedicata alla manifattura avanzata, che possa integrare progettazione, produzione e distribuzione; e un investimento rinnovato sull'Australian Fashion Week, che si intende valorizzare quale piattaforma internazionale di riferimento per stilisti ed operatori del settore. Parallelamente, il Governo ha annunciato nuovi programmi di sostegno all'export, volti ad accompagnare i designer emergenti nei mercati globali, con particolare attenzione agli showroom europei, e ha stanziato fondi per la formazione, la revisione delle competenze e l'inclusione dei talenti delle comunità First Nations.

In questo contesto, le opportunità per i marchi italiani appaiono particolarmente significative. Il mercato australiano è infatti caratterizzato da una domanda crescente di beni di lusso e di artigianalità europea, alimentata da una fascia di consumatori ad alto reddito (HNWI) sempre più attenta alla qualità, all'heritage e all'esclusività. La creazione di poli come il Fashion Hub e l'implementazione di programmi di export aprono spazi concreti per una presenza strutturata del Made in Italy, sia attraverso l'inserimento in piattaforme collaborative e di incubazione, sia tramite la partecipazione diretta a fiere e manifestazioni di risonanza internazionale come l'Australian Fashion Week.

Le iniziative legate alla Smart Factory appaiono inoltre particolarmente affini al know-how italiano in materia di

manifattura di precisione, sostenibilità e innovazione tecnologica. In prospettiva, collaborazioni tra istituzioni formative australiane e scuole di moda italiane – come Polimoda, Marangoni o IED – potrebbero consolidare un ponte formativo e culturale di reciproco beneficio, contribuendo a qualificare ulteriormente la manodopera locale e, al contempo, a diffondere il modello italiano di eccellenza artigianale.

In definitiva, la nuova strategia del NSW definisce un quadro di politiche pubbliche volto a trasformare la moda in un settore trainante dell'economia creativa australiana. Per l'Italia, essa costituisce un'occasione privilegiata di investimento e di posizionamento strategico, offrendo la possibilità di rafforzare la propria leadership culturale ed economica nel segmento del lusso e di consolidare i legami bilaterali attraverso progetti di innovazione, formazione e internazionalizzazione.

Moda sostenibile: nuove opportunità per i brand italiani nel mercato australiano

Il mercato australiano della moda sostenibile è in rapida ascesa; Il comparto "green" (o slow fashion) vale attualmente circa 1,98 miliardi di AUD e si prevede cresca intorno al 7 % annuo fino al 2028. Più del 60% dei consumatori australiani oggi preferisce acquistare da brand impegnati nella sostenibilità ambientale e oltre il 41% dichiara di aver già acquistato capi "ecofriendly".

Il contesto favorisce i brand italiani: noti non solo per la loro artigianalità, ma anche per l'utilizzo di materiali naturali, che possono trovare spazio sia nelle boutique indipendenti che nell'ecommerce, rispondendo alla crescente domanda di trasparenza e qualità. Inoltre, i consumatori australiani mostrano interesse verso prodotti duraturi e tracciabili, perfettamente in linea con le eccellenze italiane in slow fashion.

A livello infrastrutturale e strategico, l'industria australiana sta spingendo verso pratiche circolari: alcuni marchi adottano tessuti organici, programmi di riciclo, economie rigenerative e sharing; inoltre, nuove iniziative governative e normative promuovono la sostenibilità nelle filiere. Questo contesto facilita l'ingresso di marchi italiani che offrono moda responsabile e di alta qualità.

I brand italiani più interessanti da valorizzare includono nomi come Manteco (tessuti riciclati), Orange Fiber (fibre da sottoprodotti agrumi), Brunello Cucinelli, Etro, oltre ad altri emergenti del Made in Italy sostenibile. Questi esempi dimostrano come l'eccellenza estetica possa sposarsi alla sostenibilità.

Per i consumatori australiani, dove il costo della vita spinge molti verso il second hand, l'offerta italiana può rappresentare in questo senso una risposta di valore e durata, a fronte dell'omologazione sempre più marcata del fast fashion.

(Contributo editoriale a cura della Italian Chamber of Commerce and Industry in Australia inc. **[3]**)
Ultima modifica: Martedì 9 Settembre 2025

Condividi

Reti Sociali

ARGOMENTI

Source URL: https://www.assocamerestero.it/notizie/notizie-dai-mercati-esteri-australia-14

Collegamenti
[1] https://www.assocamerestero.it/notizie/%3Ffield_notizia_categoria_tid%3D1122
[2] https://www.nsw.gov.au/departments-and-agencies/create-nsw/nsw-fashion-sector-strategy-2025-2028
[3] https://www.assocamerestero.it/ccie/italian-chamber-of-commerce-and-industry-australia-inc