

Confcommercio: 239 milioni di euro l'indotto della Milano Fashion Week

Pubblicato: Sabato 20 Settembre 2025



E' di circa 239 milioni di euro (238,9) la previsione dell'indotto turistico della Milano Fashion Week in programma nel capoluogo lombardo dal 23 al 29 settembre: con un incremento del 12,3% sul 2024. Il 46 % (quasi 110 milioni di euro) è destinato allo shopping; il 39% (più di 93 milioni) per ristorazione e alloggio; il 15% (35,8 milioni di euro) per i trasporti. Lo stima il Centro Studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza*.

In aumento, + 15% sullo scorso anno, gli arrivi di visitatori: oltre 149mila e 300, il 46% dall'estero, il 54% dal resto d'Italia.

Con la Milano Fashion Week di febbraio, l'indotto sarà di 423,6 milioni di euro con un incremento del 7,1% in confronto al precedente anno, dovuto al maggior numero complessivo di visitatori: quasi 262 mila (+6,9% sul 2024). La Milano Fashion Week dal 23 al 29 settembre ha un peso maggiore sull'indotto generato – il 56,4% – rispetto a quella di febbraio.

La spesa pro capite media stimata per questa Milano Fashion Week di settembre è di 1.600 euro, in leggero calo, – 2,3%, rispetto al 2024. Più alta la spesa turistica pro capite dei visitatori esteri, 1.664 euro; minore la spesa turistica pro capite degli italiani: 1.535 euro. Mentre la previsione complessiva degli arrivi a Milano in questo mese di settembre è di oltre 793mila e 500, in crescita dello 0,09% sul settembre 2024 (dati definitivi).

*“Milano si conferma punto internazionale della moda e dell’attrattività, capace di attrarre visitatori, talenti e investimenti da tutto il mondo – afferma **Marco Barbieri**, segretario generale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza – La maggiore stima di spesa degli stranieri per questa Milano Fashion Week di settembre testimonia come l’indotto turistico continui a generare valore per il nostro territorio. La città si prepara a vivere un’edizione particolarmente simbolica, la prima senza Giorgio Armani, che ha contribuito in maniera indelebile a costruire l’identità di Milano come centro nevralgico dello stile, dell’eleganza e, più in generale, dell’imprenditoria”.*

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it