

Area Studi Mediobanca

Top15 Moda Italia e Aziende Moda Italia: 2012-2016 e primi nove mesi 2017

Quadro del settore

Il giro d'affari mondiale dei beni di lusso per la persona (personal luxury goods market) nel 2016 è valutabile in circa €250 mld, +17,9% sul 2012 e -0,4% sul 2015. Dopo la spinta del 2015 (+12%), l'alto di gamma supera un 2016 di assestamento dovuto a incertezze congiunturali e crisi geopolitiche; le stime per il 2017 sono di una crescita intorno al +5%, per un giro d'affari stimato in €262 mld.¹ Nel 2016 il comparto della pelletteria si conferma il segmento maggiore in valore assoluto nel mercato dei beni di lusso per la persona (75 mld, fra cui 44 mld le borse e 16 mld le calzature, +2,7%), seguito dall'abbigliamento (58 mld, -3,3%), dalla gioielleria (55 mld, -5,2%) e dalla cosmesi-profumeria (53 mld), il settore più dinamico (+6%). Dal punto di vista geografico le Americhe e l'Europa, ciascuno con €83 mld, rappresentano nel 2016 i maggiori mercati mondiali, mentre l'area più dinamica è il Giappone (+15% sul 2015); il mercato cinese si è attestato a 18 mld e il resto dell'Asia ha un giro d'affari complessivo di circa 33 mld (entrambi invariati rispetto al 2015). Sono di nazionalità cinese i principali big spender mondiali del lusso (30% del totale), seguiti da americani (23%), europei (18%) e giapponesi (11%).

In Europa la minore dinamicità dei consumi da parte dei residenti è stata controbilanciata dalla continua espansione dello shopping turistico. L'Europa è il continente dove i turisti comprano di più, seguita dalle Americhe. Circa l'84% delle vendite tax-free europee è concentrato in soli cinque Paesi: Francia (22%), Regno Unito (20%), Italia (16%), Germania (15%) e Spagna (11%). Il *tax-free shopping* italiano è trainato dalla clientela cinese (con il 29% del totale), seguita da russi (14%), americani (9%) e coreani (6%). Gli acquisti *tax-free* costituiscono un forte incentivo per quanti provengono da Paesi in cui i beni di lusso sono oggetto di tasse rilevanti. Nei primi nove mesi del 2017 il consumo tax-free in Europa ha registrato un incremento dell'11% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno e in Italia dell'8%.²

Da un punto di vista commerciale, da rilevare da un lato la continua crescita a doppia cifra delle vendite on-line e dall'altro la tenuta dei negozi monomarca e delle boutiques specializzate che contano sempre oltre la metà del mercato e si confermano il principale traino alla crescita. Le vendite mondiali on-line nel 2016 valgono circa €18 mld e rappresentano ormai un mercato di valore pari a quello della Cina; si caratterizzano per essere il canale di vendita con le più elevate attese di ulteriore sviluppo pari al +24% nel 2017 (7% circa è il valore complessivo delle vendite on-line nel mercato del lusso); le vendite mondiali outlet valgono circa €30 mld, con previsioni di crescita del +5% nel 2017 (12% circa è il valore complessivo delle vendite outlet nel mercato del lusso); le vendite mondiali negli aeroporti valgono circa €15 mld, con previsioni di crescita del 5% nel 2017 (6% circa è il valore complessivo delle vendite negli aeroporti nel mercato del lusso). Il 52% del mercato del lusso fa capo ai negozi monomarca e boutique specializzate: si conferma quindi l'impegno dei maggiori player nel rafforzamento del canale retail, anche diretto (flagship stores), nelle location più prestigiose. Ciò al fine di un migliore presidio dell'immagine e

¹ Bain & C., Fondazione Altagamma, Worldwide Luxury Market Monitor, Ottobre 2016 e Ottobre 2017.

² Rilevazioni Global Blue.

della qualità del servizio e per sostenere il posizionamento di prezzo sul mercato, accrescendo la percezione di esclusività e valore estetico-aspirazionale nell'acquirente.³

R&S-Mediobanca ha elaborato un aggregato che raccoglie i dati dei 15 maggiori Gruppi della moda con sede in Italia (**Top15 Moda Italia**).⁴ L'aggregato può ritenersi esaustivo dei maggiori operatori del settore (abbigliamento, calzature e pelletteria, occhialeria), con le eccezioni dei seguenti Gruppi:

- **Gucci**: non redige il bilancio consolidato in quanto dal 1999 è parte del gruppo francese Kering. Il fatturato 2016 del Gruppo Gucci è pari a 4.378 milioni di euro, con un mon di 1.256 milioni, una forza lavoro media di 10.253 unità e 520 punti vendita diretti. Il suo giro d'affari rappresenta il 35% del Gruppo Kering (52% del segmento "Luxury").⁵
- **Bottega Veneta**: fa parte del Gruppo Kering dal 2001 e non redige il consolidato. Il fatturato 2016 del Gruppo Bottega Veneta è pari a 1.173 milioni di euro, con un mon di 297 milioni, una forza lavoro media di 3.417 unità e 255 punti vendita diretti. Il suo giro d'affari rappresenta il 9% del Gruppo Kering (14% del segmento "Luxury").
- **Benetton**: non pubblica il consolidato in quanto ricompreso nella conglomerata Edizione. A livello consolidato nel 2016 ha fatturato 1.376 milioni di euro, con un mon di -38 milioni e circa 9.000 dipendenti. Viene comunque inserita nell'insieme Top15 Moda Italia la Benetton Group (bilancio civilistico).⁶

Tutti i bilanci più recenti del Top15 Moda sono relativi all'anno solare chiuso nel dicembre 2016, con le eccezioni di D&G (bilancio chiuso a marzo 2017) e Prada (bilancio chiuso a gennaio 2017). Tutti i 15 Gruppi considerati fanno capo ad azionisti italiani, ad eccezione della Valentino detenuta da investitori del Qatar e della Safilo la cui maggioranza è di una holding olandese.⁷ Sette delle 15 società sono quotate in Borsa (tutte a Milano, tranne

³ "La distribuzione nelle aziende di moda avviene generalmente *wholesale* (ovvero all'ingrosso attraverso distributori terzi) o *retail* (ovvero direttamente al cliente con punti di vendita monomarca gestiti dall'azienda proprietaria del *brand* o da terzi licenziatari, per incrementare la riconoscibilità del *brand* e la sua percezione come prodotto di lusso)." Fonte: IPSOA Monografia Bilanci IAS/IFRS e specificità settoriali-2015.

⁴ "L'attività produttiva di un'azienda operante nel settore moda ruota attorno al concetto di "Collezione" ovvero l'insieme di prodotti proposti per la stagione e creati dagli stilisti (*designer*). Le aziende generalmente optano per una molteplicità di fornitori e produttori esterni in modo da contenere i rischi. Le sfilate (*fashion shows*) sono cruciali nel processo di vendita. Questi eventi sono organizzati dalle case di moda alcuni mesi precedenti l'inizio della vendita vera e propria della collezione. La finalità di una sfilata è quella di dimostrare la bontà della collezione ai principali distributori coinvolgendo esponenti della Stampa e della Comunicazione." Fonte: IPSOA Monografia Bilanci IAS/IFRS e specificità settoriali-2015.

⁵ Il Gruppo **Kering** (fa capo alla famiglia Pinault, fondato da François Pinault nel 1963 e fino al giugno 2013 denominato PPR - Pinault-Printemps-Redoute), che nel 2016 ha fatturato 12.385 milioni (di cui 8.469 milioni nel segmento "Luxury", 3.884 milioni nello "Sport&Lifestyle" e il restante in altre attività), è il secondo in Francia per ricavi nel settore moda dopo il Gruppo **LVMH** della famiglia Arnault (37.600 milioni nel 2016, inclusi 12.735 milioni nel comparto "Fashion & Leather", 4.805 milioni nel "Wines & Spirits", 4.083 milioni nel "Perfumes & Cosmetics", 3.409 milioni nel "Watches & Jewelry" e 12.568 milioni nel "Selective Retailing" - insegna Sephora e altre). Il Gruppo Kering, oltre a Gucci e Bottega Veneta, dal 2013 detiene anche il controllo del Gruppo Pomellato (marchi Pomellato e Dodo). Nel dicembre 2013 il Gruppo LVMH ha rilevato il controllo della Loro Piana, nel giugno 2013 quello della pasticceria Cova e nel 2011 quello del Gruppo Bulgari; detiene anche i marchi Fendi dal 2001 ed Emilio Pucci dal 2000. Altre multinazionali della moda in Europa sono il Gruppo svizzero **Richemont** (10.647 milioni di euro, di cui l'83% negli orologi e gioielleria), i Gruppi tedeschi **Adidas** (19.291 milioni) e **Hugo Boss** (2.693 milioni) e l'inglese **Burberry Group** (2.766 milioni di GBP, 3.231 milioni di euro al cambio di fine anno).

⁶ Nell'insieme delle Aziende Moda Italia è inclusa anche la Olimpia Group s.r.l. (filatura, tintoria e tessitura) che ha fatturato 403 milioni nel 2016 verso Benetton Group e clienti terzi, ed è pure parte del Gruppo Edizione.

⁷ In data 15-1-2017, i CdA di Luxottica Group e di Essilor International hanno approvato un accordo di integrazione che prevede il conferimento in Essilor da parte di Delfin S. à r.l. dell'intera partecipazione da essa detenuta in Luxottica (pari al 62,5%), a fronte dell'assegnazione di azioni Essilor di nuova emissione (0,461 azioni Essilor International : 1 azione Luxottica Group). Essilor, dopo aver promosso un'offerta pubblica di scambio obbligatoria sulle rimanenti azioni

Prada quotata solo a Hong Kong; Luxottica è quotata anche al Nyse). L'attività prevalente vede nove Gruppi operativi in gran parte nell'abbigliamento, quattro nella pelletteria e calzature e due nell'occhialeria.

È stato altresì elaborato dall'Area Studi Mediobanca un aggregato più ampio relativo alle **Aziende Moda Italia** che comprende 146 società con sede in Italia (incluse le Top15 Moda), operative nella filiera della moda con un fatturato di almeno 100 milioni di euro nel 2016, di cui 129 manifatturiere e 17 di distribuzione al dettaglio. Geograficamente, esse operano in massima parte nel Nord Italia (57 nel Nord Ovest e 54 nel Nord Est), le restanti 35 nel Centro, Sud e Isole; in base all'azionariato, 88 sono di proprietà italiana e 58 straniera (di queste 23 sono francesi), mentre le quotate sono 15. Ad ogni impresa manifatturiera è stato attribuito un settore in base all'attività prevalente: abbigliamento (64 società), pelletteria e calzature (35), gioielleria (13), tessile (13) e occhialeria (4).

Le aziende della moda a confronto con la grande manifattura italiana

Nel periodo 2012-2016 i dati delle aziende della moda, sia Aziende Moda Italia manifattura che Top15 Moda, hanno conseguito risultati economici e patrimoniali nettamente migliori rispetto a quelli dei grandi gruppi manifatturieri quotati italiani⁸. Il fatturato della grande manifattura italiana ha segnato un incremento del 6,6% contro una progressione decisamente più sostenuta delle Aziende Moda Italia manifattura (+23,3%) e di quelle del Top15 Moda (+18,6%); stessa tendenza osservando l'incremento del risultato netto (in perdita la grande manifattura italiana, +17,3% le Aziende Moda Italia manifattura e +8,2% il Top15 Moda) e del numero di dipendenti (rispettivamente, +7,2%, +21% e +25,3%). Anche a livello di *ebit margin*, nel 2016 le aziende della moda surclassano la grande manifattura italiana, con un'incidenza del mon/fatturato di tre volte superiore per le Aziende Moda Italia manifattura (9,6% contro il 3,2%) e di quasi quattro volte per il Top15 Moda (11,6%).

Un'ulteriore conferma della supremazia delle aziende della moda sulla grande manifattura italiana emerge comparandone la struttura finanziaria a fine 2016: le prime appaiono infatti molto più capitalizzate, con debiti finanziari appena superiori al 30% dei mezzi propri per le Aziende Moda Italia manifattura e poco oltre al 20% per il Top15 Moda (59,1% il rapporto nella grande manifattura) e dotate di abbondanti disponibilità liquide (superiori al debito oneroso per le Top15 Moda e con un'incidenza dell'84,9% per le Aziende Moda manifattura, rispetto al 53,1% della grande manifattura) (Tab. 1).

Ricavi

Nel periodo 2012-16 i ricavi aggregati delle Aziende Moda Italia manifattura hanno segnato una progressione del 23,3%, ovvero dai 46,7 mld del 2012 ai 57,6 mld del 2016. L'incremento più consistente ha riguardato la gioielleria (+55,7%), seguono l'occhialeria (+26,9%), l'abbigliamento e il tessile (+22,5% ciascuno) e la pelletteria (+17,2%) (Fig.1). L'aggregato del Top15 Moda ha registrato una crescita leggermente inferiore, +18,6%, dai 25,6 mld del

Luxottica Group in circolazione, al medesimo rapporto di concambio, rimarrà quotata ed assumerà la denominazione di EssilorLuxottica in qualità di *holding* detentrici dell'intera partecipazione in Essilor International, cui saranno conferite tutte le attività produttive, sia Essilor che Luxottica. A conclusione dell'operazione, Delfin deterrà una quota compresa tra il 31% e il 38% di EssilorLuxottica (ex Essilor), divenendone il primo socio. Il via libera all'integrazione è in attesa delle autorizzazioni Antitrust in tutte le giurisdizioni mondiali (per cinque – Europa, Stati Uniti, Canada, Brasile e Cina – l'approvazione "rappresenta condizione sospensiva per il *closing* dell'operazione").

⁸ Valutati escludendo i Gruppi della Moda. Fonte: Annuario R&S 2017.

2012 ai 30,3 mld del 2016; la miglior performance è quella di Valentino (+155,6%), seguita da Moncler (+66,8%) e Calzedonia (+41,6%), mentre risultano in contrazione i ricavi di Prada (-3,4%), Zegna (-8,3%) e Benetton (-18,8%). Il fatturato nel 2016 di Luxottica, di gran lunga il maggiore fra i Gruppi del Top15 Moda, si è attestato a 9.086 milioni, quasi tre volte più grande di Prada (3.184 milioni) e Armani (2.511 milioni) (Fig.2).

Il fatturato estero è rilevante per le Aziende Moda Italia manifattura, attestandosi nel 2016 al 64,4% (+24,7% sul 2012). La componente di export è più accentuata nel Top15 Moda con punte del 96,7% per Luxottica, 92,5% per Zegna, 88,6% per Ferragamo, 87,9% per Prada, 86,2% per Moncler (dal 66,8% del 2012), 85,9% per Valentino, 84,5% per OTB e 84,1% per Armani;⁹ fra le Top15 Moda quelle con la minor proiezione internazionale sono Calzedonia con il 51% (comunque in costante crescita rispetto al 44% del 2012) e Benetton (54,2%). A livello settoriale nel 2016, fra le Aziende Moda Italia manifattura, risultano più orientate ai mercati esteri l'occhialeria (90,1%), il tessile (69,9%) e la pelletteria (66,6%).

Nel 2016 le vendite dell'aggregato Top15 Moda sono pressoché invariate rispetto al 2015 (+0,3%); leggermente migliore l'incremento per le Aziende Moda Italia manifattura, pari al +3% (trainato dalla gioielleria, +13,8%) (Fig.3). Per il Top15 Moda, la componente realizzata sui mercati europei ha generato un giro d'affari di 12,7 mld nel 2016 (+11,4% sul 2012), quella al di fuori del vecchio continente di 17,6 mld (+24,5% sul 2012). Quest'ultima assorbe nel 2016 il 57,9% delle vendite complessive, in linea con il 58% del 2015 (nel 2012 era il 55,2%), con punte dell'81,3% per Luxottica, del 74,8% per Zegna e del 74,5% per Ferragamo (Fig.4).

Nel 2016, sette società del Top15 Moda hanno segnato una regressione del fatturato rispetto al 2015 (dal -0,9% di OTB al -10,3% di Prada); di contro, incrementi a doppia cifra sono stati realizzati da Moncler (+18,2%) e Valentino (+10,7%).

Occupazione

Le maggiori vendite hanno trainato la forza lavoro che nel periodo 2012-2016 è aumentata del 21% nelle Aziende Moda Italia manifattura (Fig.1), coinvolgendo oltre 52mila dipendenti e arrivando ad oltre 300mila unità nel 2016. L'incremento degli organici a livello settoriale risulta maggiore nella pelletteria (+33,8%) e nell'abbigliamento (+24,9%).

Nel Top15 Moda l'incremento occupazionale 2012-2016 è stato del +25,3%, pari a 38mila persone, oltre la metà delle quali assunte nei Gruppi Luxottica (+12,6mila) e Calzedonia (+9,2mila); in contrazione Safilo (-11,1%, equivalenti a 882 unità) e Zegna (-4,7%, 353 unità). Ove i dati sono disponibili si registra nel 2012-2016, pur in un quadro generale di incrementi in valore assoluto sia in Italia che all'estero, un calo nella quota di occupati in Italia: -32,3 p.p. per Moncler (unico caso di diminuzione anche in valore assoluto: -12,7% in Italia), -18,6 p.p. per Lir (Geox), -13,4 p.p. per Armani, -6 p.p. per Tod's, -5,3 p.p. per D&G, -4 p.p. per Prada e -1,7 p.p. per Ferragamo; in controtendenza solo Zegna (+2,4 p.p.), con +4% in Italia e -7,7% all'estero. Indicativamente, la quota di dipendenti all'estero è in forte crescita (+37% sul 2012), raggiungendo il 64,6% del totale nel 2016 (dal 56% nel 2012).

Margini e risultato netto

Circa la redditività operativa (mon o *ebit*), nell'arco 2012-16 il quadro d'insieme permane positivo sebbene in leggera flessione, più evidente per il Top15 Moda che per le Aziende Moda Italia manifattura. Queste ultime segnano un calo nel periodo di 1,3 p.p., in special modo per la contrazione dell'*ebit margin* nella pelletteria (-3,3

⁹ Il fatturato estero non è disponibile per Max Mara e Safilo.

p.p.) e nell'abbigliamento (-1,8 p.p.), non compensata a sufficienza dal peso della crescita degli altri settori (+3,3 p.p. il tessile, +1,8 p.p. la gioielleria e oreficeria, +0,8 p.p. l'occhialeria) (Fig.5). Il Top15 Moda, pur confermando margini «di lusso» a doppia cifra (all'11,6% nel 2016), registra una più accentuata dinamica calante (-2,4 p.p. rispetto al 2012) con valori sotto la media del periodo a partire dal 2014; a determinare la flessione complessiva hanno contribuito, in particolare, i risultati di Prada (-13,3 p.p.), Zegna (-11,1 p.p.), D&G, Tod's e OTB (tutte tra -8 e 9 p.p.). Moncler ha conseguito l'ebit margin più elevato (28,6%), seguita da Ferragamo (18,4%), Luxottica (15,1%), Armani (14,4%), Prada (13,9%) e Tod's (13,1%); chiudono Lir con il 2,4%, OTB con lo 0,4% e Benetton, l'unica in negativo (-2,4%) (Fig.6). Valentino si distingue per il miglior incremento nel 2012-2016 (+8,5 p.p.), seguita da Moncler (+5,5 p.p.) e Max Mara (+4,3 p.p.).

Anche la *bottom line* dei conti economici vede un lieve decremento della sua incidenza sul fatturato, inferiore a quello del risultato operativo, con le Aziende Moda Italia manifattura che passano dal 6,1% nel 2012 al 5,8% nel 2016 (solo il settore pelletteria ha registrato una contrazione della redditività netta, di quasi 2 p.p.) e le Top15 Moda dall'8% al 7,3% (Fig.7). I risultati delle aziende della moda si confermano molto buoni in valori assoluti: i profitti netti cumulati nel 2012-16 dalle Aziende Moda Italia manifattura sono pari a 14.648 milioni di euro (2016 best year con 3.368 milioni), quelli del Top15 Moda a 10.159 milioni. A fronte di questi ultimi, i dividendi distribuiti nello stesso periodo ammontano a 5.548 milioni, per un *pay out* medio del 54,6%, inferiore al 69,3% della grande manifattura italiana quotata. Singolarmente, il *pay out* più elevato è appannaggio di Luxottica, Tod's, Prada e Ferragamo - i cui titoli sono trattati in Borsa - rispettivamente con il 63,2%, 62,8%, 59,7% e 44,3%; D&G (92,8%) e Valentino (212%) hanno attinto dalle riserve mentre Safilo, Lir (Geox) e Benetton non hanno distribuito dividendi.

Profilo patrimoniale

La struttura finanziaria (Fig.8) delle Aziende Moda Italia manifattura appare solida per la bassa incidenza del debito finanziario sui mezzi propri, pari al 31,1% nel 2016, dove abbigliamento, pelletteria e occhialeria riportano gli indici migliori (rispettivamente 27,1%, 31,8% e 36,3%); i settori dell'abbigliamento e della pelletteria si distinguono anche per la dotazione di liquidità superiore alla media, con un rapporto disponibilità su debiti finanziari del 121,9% per il primo e del 78,4% per il secondo (Aziende Moda Italia manifattura 84,9%). Meglio hanno fatto le aziende del Top15 Moda la cui struttura finanziaria è ancora più solida e in progresso: i debiti finanziari rappresentano appena il 22,7% del patrimonio netto (26,6% del 2012). La liquidità, che vale il 120% dei debiti onerosi, ha registrato una crescita del 36,7% sul 2012, attestandosi a 6,4 mld. di euro a fine 2016 (nel solo 2016 è salita del 15,1% sull'anno precedente, pari a oltre +800 milioni). Nel 2016 su tutte spicca Armani che sostanzialmente non presenta debiti finanziari, segue OTB con debiti pari al 10,9% dei mezzi propri e Calzedonia (12,1%); anche per le disponibilità liquide in valore assoluto Armani primeggia con 881 milioni di euro a fine 2016, preceduta solo da Max Mara (1.175 milioni) e seguita da Luxottica (867 milioni), Prada e Zegna (722 milioni di euro ciascuna) (Fig.9-10).

Primi sei-nove mesi 2017 (Tab.2)

Nel primo semestre 2017 l'aggregato delle Top7 quotate presenta un leggero incremento dei ricavi (+0,8% sullo stesso periodo dell'anno precedente) che si riflette solo sulla redditività netta (+4,5% i profitti); in sofferenza i margini industriali e di gestione corrente, per i quali prosegue il trend calante. Si distingue Moncler che registra una crescita del fatturato del 17,9% e del mon del 23,7%.

I dati di vendita nei primi nove mesi (a cambi costanti) confermano la tendenza già evidenziata nei primi sei. Fatturato in forte crescita per Moncler (+16%) e in leggero aumento per Luxottica (+1,5%) e Ferragamo (+0,2%); in contrazione Tod's, Safilo e Geox, mentre Prada non fornisce dati ai nove mesi (-5,7% nei primi sei). La dinamica negativa dei cambi nel 2017 influenza leggermente la variazione dei ricavi.¹⁰

A livello di sistema moda complessivo, il 2017 si avvia a chiudersi positivamente, con ricavi in leggera accelerazione e con l'export che continua a rappresentare il traino dell'industria della moda.

¹⁰ Le principali divise si sono deprezzate nei confronti dell'euro tra il 2016 e il 2017: -12,8% il dollaro di Hong Kong, -12,1% il dollaro statunitense, -8,6% lo yen, -8,2% il franco svizzero, -7,3% il rublo, -6,2% il renminbi, -3,5% la sterlina.

Tab.1 – Top15 Moda Italia e Aziende Moda Italia vs grande manifattura: alcuni kpi (key performance indicators) 2016-12

	Top15Moda Italia	Aziende Moda Italia manifattura	Grandi gruppi manifatturieri italiani quotati (esclusi i Gruppi Moda)
Fatturato (Var % 2016-12)	18,6	23,3	6,6
Risultato netto (Var % 2016-12)	8,2	17,3	perdita netta
Dipendenti (Var % 2016-12)	25,3	21,0	7,2

	2016 (in %)		
EBIT margin	11,6	9,6	3,2
Debiti finanziari / patrimonio netto	22,7	31,1	59,1
Disponibilità / debiti finanziari	120,0	84,9	53,1

Fig. 1 – Top15 Moda e Aziende Moda Italia manifattura: variazioni % 2016-12 fatturato e dipendenti

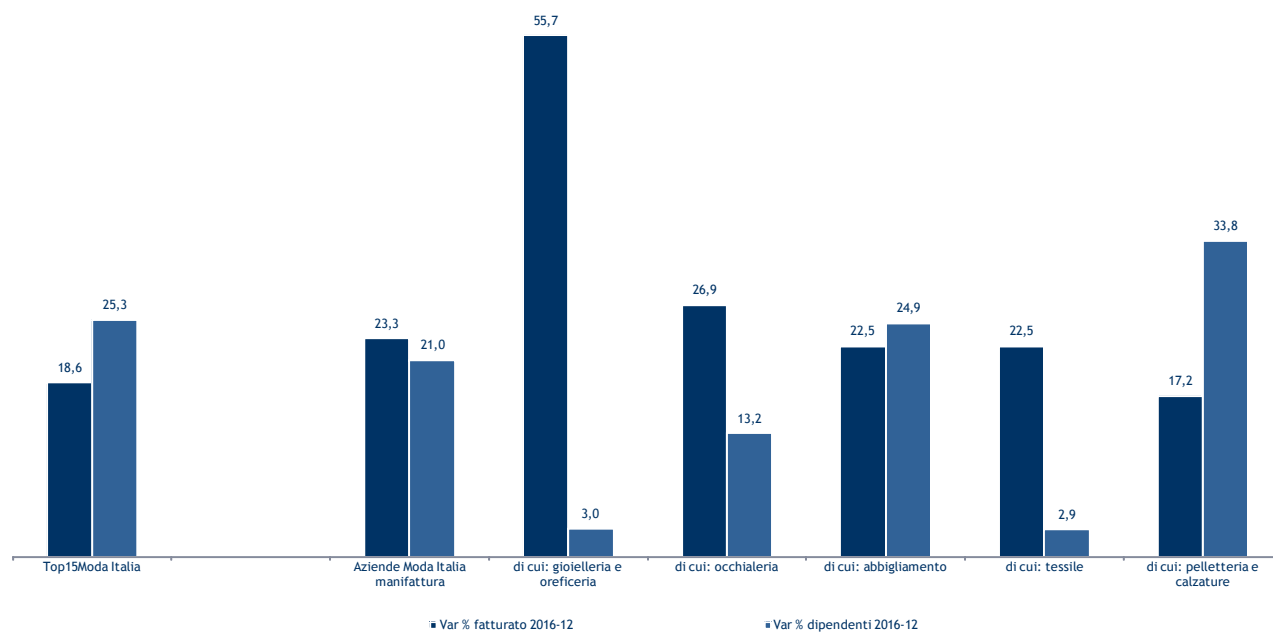


Fig. 2 – Top15 Moda: fatturato nel 2016 (milioni)

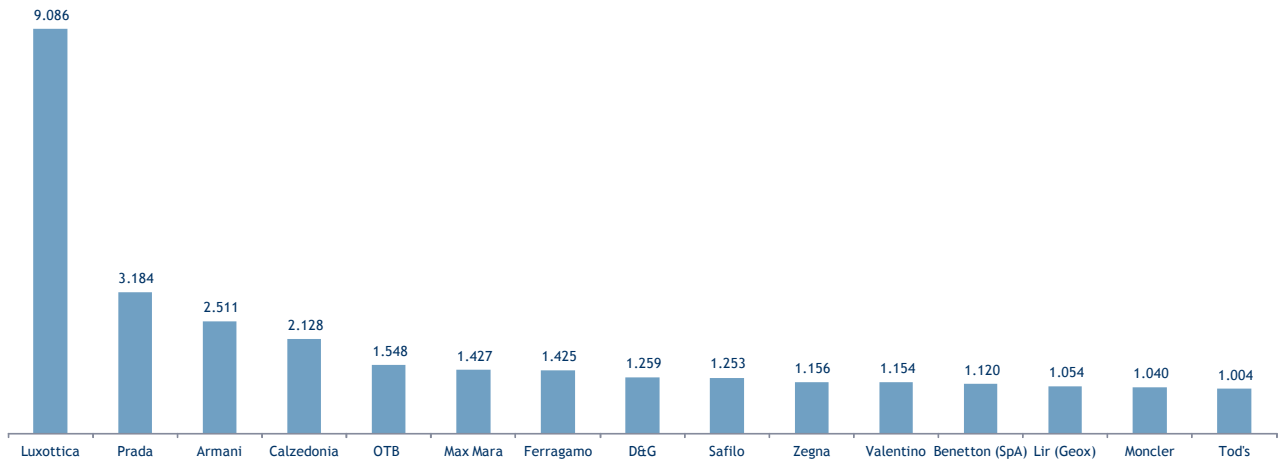


Fig. 3 – Top15 Moda e Aziende Moda Italia manifattura: variazioni % 2016-15 fatturato e dipendenti

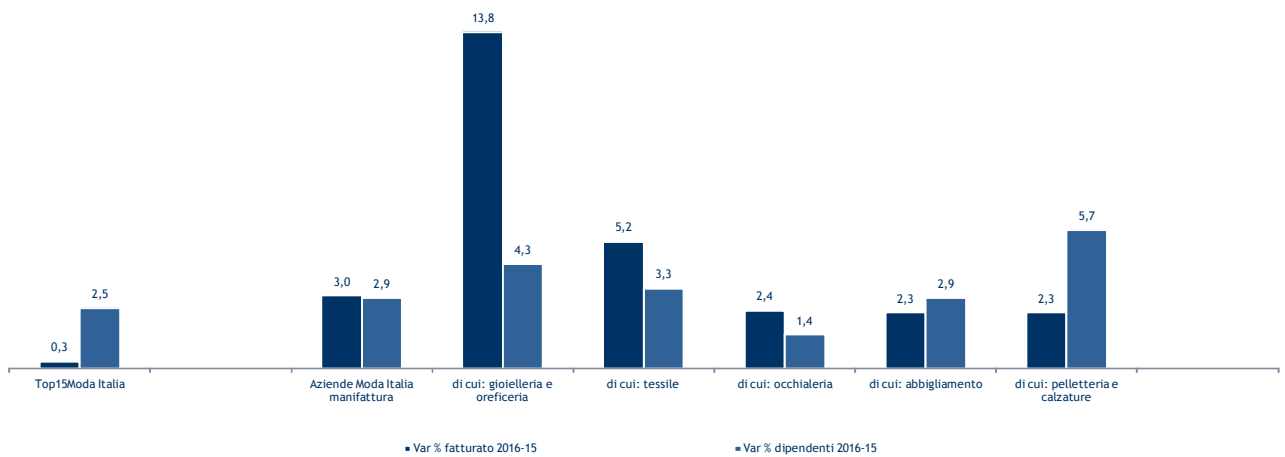


Fig. 4 – Top15 Moda: quota % di fatturato extraeuropeo nel 2016

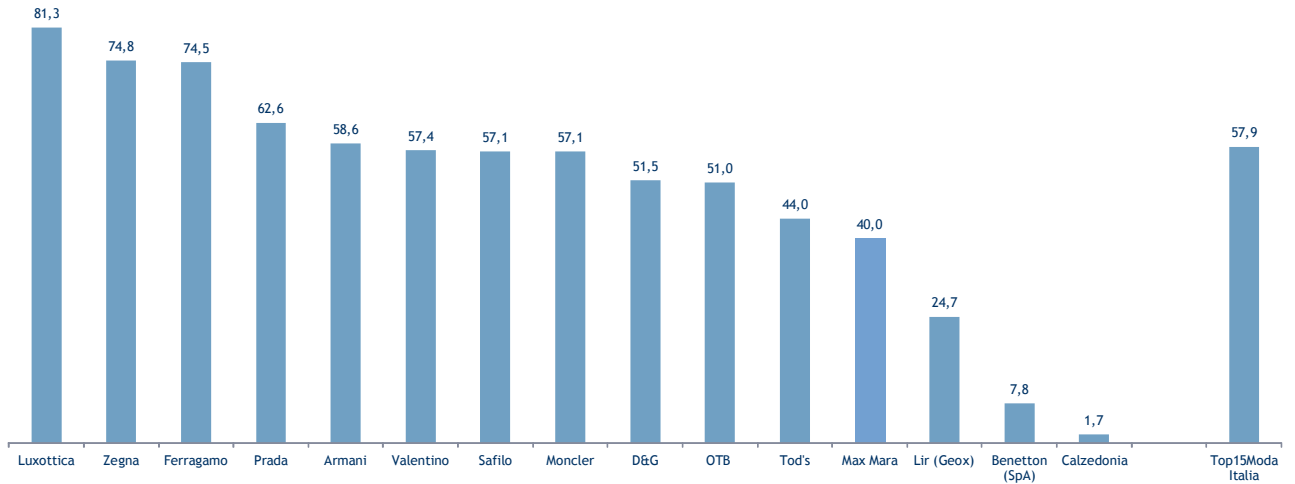


Fig. 5 – Top15 Moda e Aziende Moda Italia manifattura: rapporto % tra mon e fatturato (ebit margin) nel 2012 e 2016

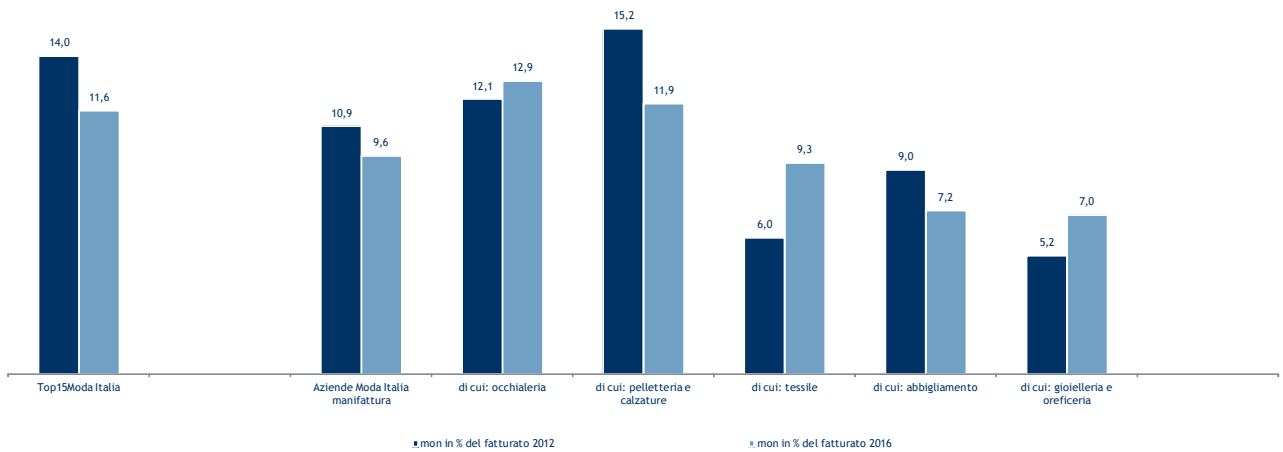


Fig. 6 – Top15 Moda: rapporto % tra mon e fatturato (ebit margin) nel 2012 e 2016

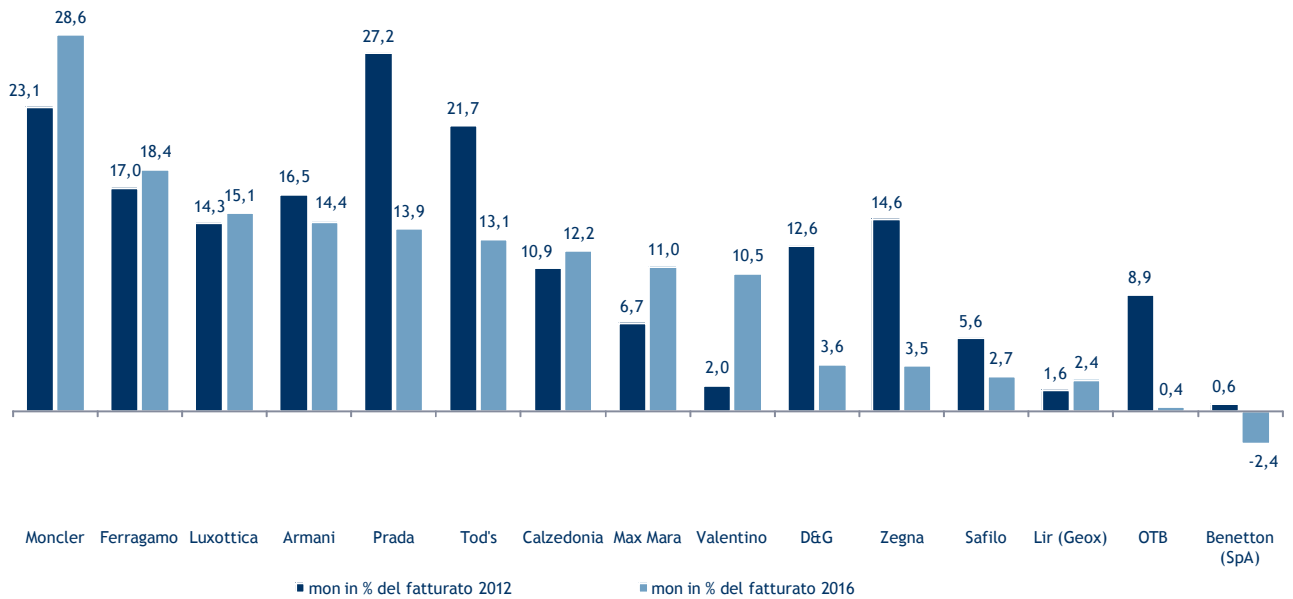


Fig. 7 – Top15 Moda e Aziende Moda Italia manifattura: risultato netto in % del fatturato nel 2012 e 2016

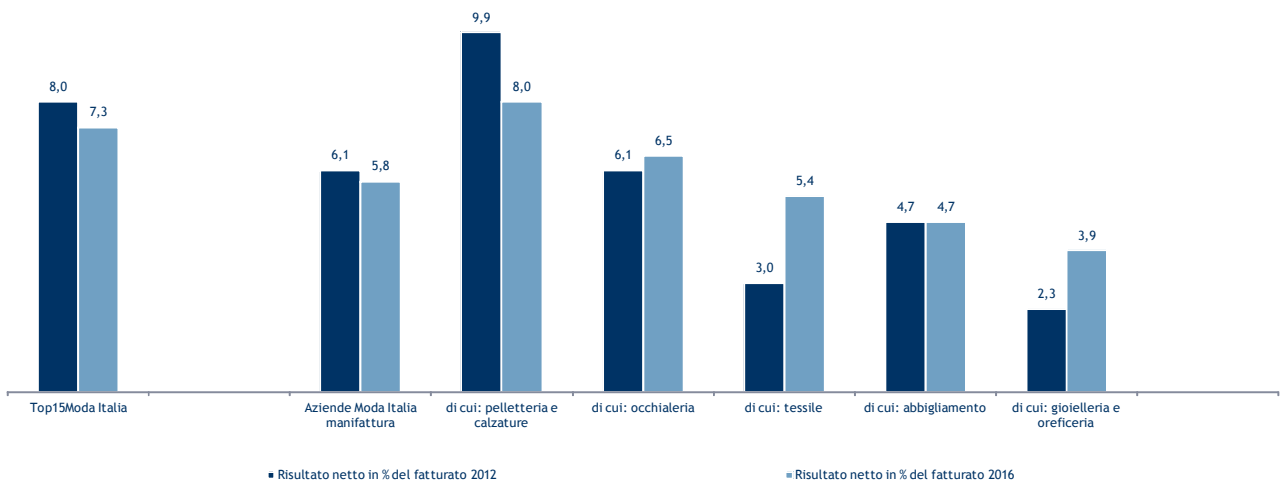


Fig. 8 – Top15 Moda e Aziende Moda Italia manifattura: debiti finanziari in % del capitale netto e disponibilità liquide in % dei debiti finanziari nel 2016

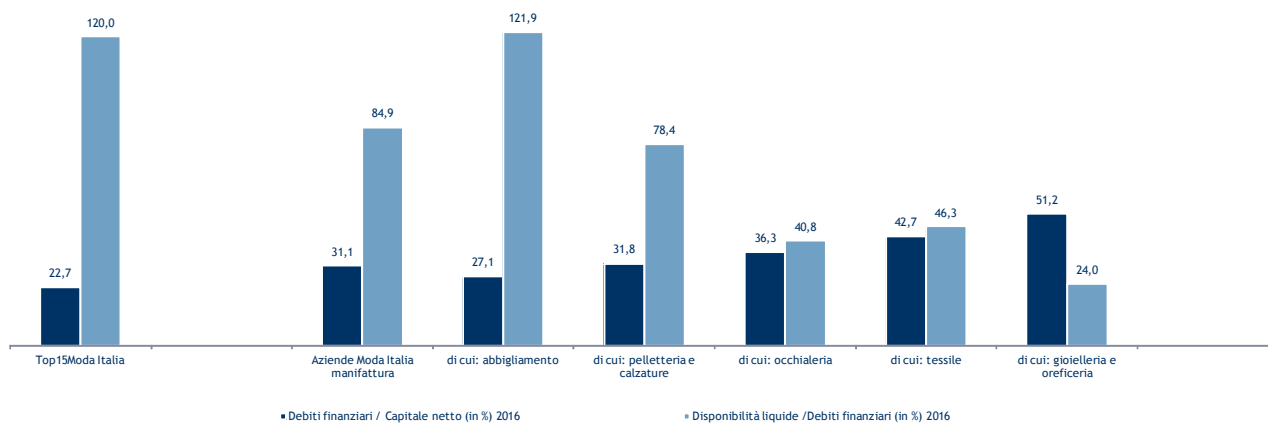


Fig. 9 – Top15 Moda: debiti finanziari in % del capitale netto nel 2016

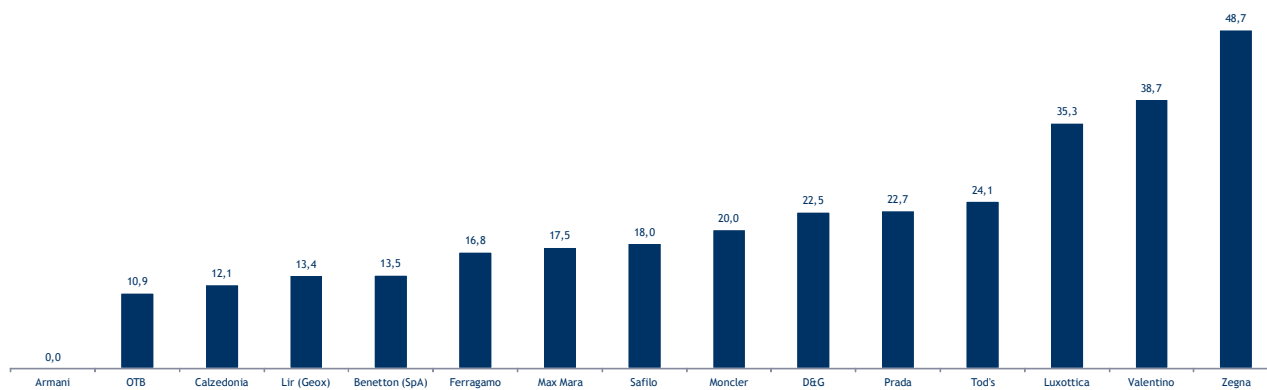
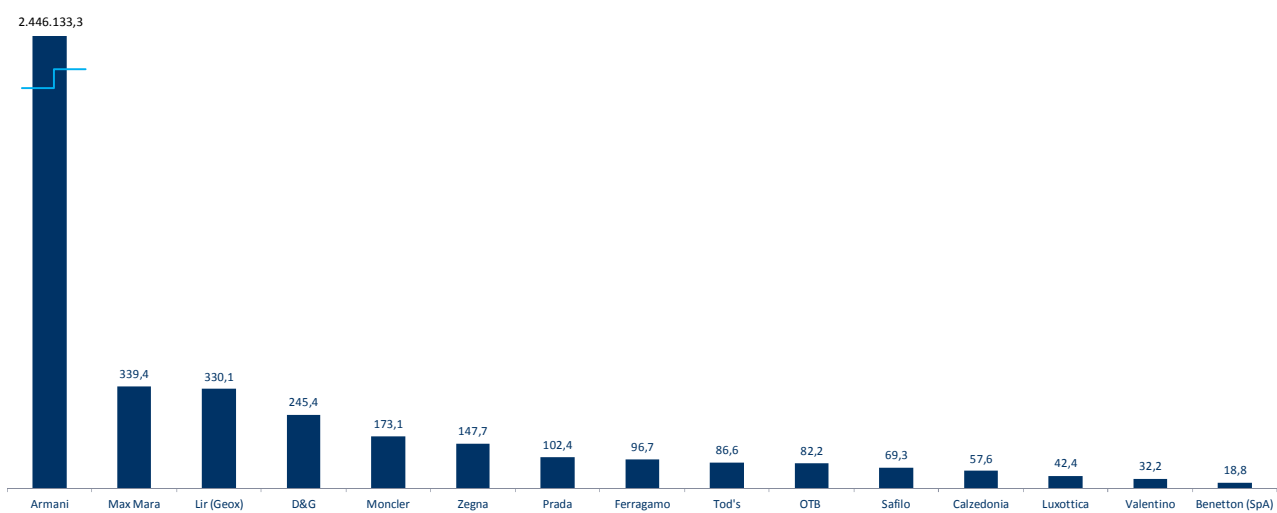


Fig. 10 – Top15 Moda: liquidità in % dei debiti finanziari nel 2016



Tab.2 - Dati consolidati primi sei mesi 2017 (in milioni di euro)

	Dati primi sei mesi				
	<u>2017</u>	<i>in % sul fatturato</i>	<u>2016</u>	<i>in % sul fatturato</i>	<i>Var % 2017- 2016</i>
Luxottica Group					
Fatturato	4.917		4.719		4,2
MON	877	17,8	831	17,6	5,5
Risultato corrente	841	17,1	801	17,0	5,0
Risultato netto	562	11,4	476	10,1	18,1
Prada					
Fatturato	1.469		1.554		-5,5
MON	167	11,4	214	13,8	-22,0
Risultato corrente	166	11,3	208	13,4	-20,2
Risultato netto	116	7,9	142	9,1	-18,3
Salvatore Ferragamo					
Fatturato	711		704		1,0
MON	105	14,8	135	19,2	-22,2
Risultato corrente	98	13,8	128	18,2	-23,4
Risultato netto	78	11,0	90	12,8	-13,3
Safilo Group					
Fatturato	553		651		-15,1
MON	3	0,5	31	4,8	-90,3
Risultato corrente	-4	-0,7	32	4,9	-112,5
Risultato netto	-10	-1,8	16	2,5	-162,5
Tod's					
Fatturato	483		498		-3,0
MON	52	10,8	62	12,4	-16,1
Risultato corrente	46	8,9	54	11,3	-14,8
Risultato netto	35	6,8	37	7,7	-5,4
Geox					
Fatturato	451		450		0,2
MON	24	5,3	5	1,1	380,0
Risultato corrente	21	4,7	3	0,7	600,0
Risultato netto	8	1,8	0	0,0	n.c.
Moncler					
Fatturato	408		346		17,9
MON	73	17,9	59	17,1	23,7
Risultato corrente	70	17,2	56	16,2	25,0
Risultato netto	42	10,3	34	9,8	23,5
Totale "Top7 quotate"					
	2017		2016		
Fatturato	8.992		8.922		0,8
MON	1.301	14,5	1.337	15,0	-2,7
Risultato corrente	1.238	13,8	1.282	14,4	-3,4
Risultato netto	831	9,2	795	8,9	4,5

Fonte: R&S-Mediobanca su dati di bilancio dei maggiori Gruppi quotati.

€ '000	Aggregato "Top15 Moda"						
	2012	2013	2014	2015	2016	Var 2016-12 %	Var 2016-15 %
ATTIVITA'							
Disponibilità (inclusi i titoli)	4.673.886	4.830.262	5.856.204	5.549.925	6.387.188	36,7	15,1
Circolante e attivo corrente	9.509.176	9.541.487	10.798.560	11.270.700	11.458.850	20,5	1,7
Rimanenze	4.091.143	4.299.040	5.277.126	5.714.325	5.630.314	37,6	-1,5
Clienti	3.946.326	3.403.267	3.616.306	3.683.132	3.830.197	-2,9	4,0
Altri attivi correnti	1.471.707	1.839.180	1.905.128	1.873.243	1.998.339	35,8	6,7
Attivo immobilizzato netto	7.022.699	7.606.784	8.854.076	9.322.644	9.766.426	39,1	4,8
Intangibles	8.917.980	8.810.123	9.335.409	9.602.277	10.068.698	12,9	4,9
<i>di cui: marchi e costi capitalizzati</i>	4.259.510	4.146.589	4.303.571	4.331.875	4.656.425	9,3	7,5
Totale attivo	30.123.741	30.788.656	34.844.249	35.745.546	37.681.162	25,1	5,4
PASSIVITA'							
DF a breve	1.748.979	1.619.403	2.061.851	1.424.789	1.685.242	-3,6	18,3
DF a ml	3.053.117	2.614.423	2.903.139	3.400.411	3.635.943	19,1	6,9
Altri debiti e fondi	7.266.069	7.669.730	8.848.542	8.704.200	8.942.064	23,1	2,7
Capitale netto	18.055.576	18.885.100	21.030.717	22.216.146	23.417.913	29,7	5,4
Totale passivo e mezzi propri	30.123.741	30.788.656	34.844.249	35.745.546	37.681.162	25,1	5,4
Investimenti	1.253.427	1.507.651	1.383.309	1.420.015	1.408.399	12,4	-0,8
Fatturato netto	25.586.689	26.315.781	27.798.090	30.272.462	30.349.937	18,6	0,3
Valore aggiunto	10.713.136	11.886.810	11.852.640	...	-0,3
Mol (Ebitda)	4.806.145	4.814.472	4.829.572	5.269.955	5.132.778	6,8	-2,6
Mon (Ebit)	3.589.049	3.520.102	3.421.070	3.627.549	3.524.809	-1,8	-2,8
Risultato corrente	3.396.211	3.324.291	3.315.699	3.409.594	3.483.839	2,6	2,2
Risultato netto	2.049.028	1.780.805	2.075.339	2.036.664	2.217.538	8,2	8,9
In % del fatturato							
Valore aggiunto	38,5	39,3	39,1		
Mol (Ebitda)	18,8	18,3	17,4	17,4	16,9		
Mon (Ebit)	14	13,4	12,3	12	11,6		
Risultato corrente	13,3	12,6	11,9	11,3	11,5		
Risultato netto	8,0	6,8	7,5	6,7	7,3		
Mon (Ebit) / Valore aggiunto (in %)	31,9	30,5	29,7		
Dipendenti (numero medio)	149.974	162.257	177.068	183.412	187.944	25,3	2,5
<i>di cui Italia (in %)</i>	<i>n.d.</i>	<i>n.d.</i>	<i>n.d.</i>	<i>n.d.</i>	<i>n.d.</i>		
Fatturato x dipendente	306	276	254	261	245	-19,9	-6,1
VA netto x dipendente	81	73	72	74	71	-12,3	-4,1
Costo del lavoro x dipendente	44	43	43	45	45	2,3	o
CLUP=Costo del lavoro x dip. / VA netto x dip. (in %)	54,3	58,9	59,7	60,8	63,4		
ROI (%)	16,1	15,0	13,1	12,7	11,9		
ROE (%)	14,0	13,0	13,1	12,4	12,7		
Utili cumulati ultimi 5 esercizi (a)			10.159.374				
Dividendi degli ultimi 5 esercizi	840.150	876.244	1.315.527	1.234.920	1.280.998	52,5	3,7
Dividendi cumulati ultimi 5 esercizi (b)			5.547.839				
Payout quinquennale medio (b/a in %)			54,6				
Inv. materiali cumulati ultimi 5 esercizi			6.972.801				
Debiti finanziari / Patrimonio netto (%)	26,6	22,4	23,6	21,7	22,7		
Debiti finanziari / Patrimonio netto tangibile (%)	52,6	42,0	42,5	38,3	39,9		
Disponibilità / Debiti finanziari (%)	97,3	114,1	117,9	115,0	120,0		
Intangibles / Patrimonio netto (%)	49,4	46,7	44,4	43,2	43,0		
Fatturato per area geografica (in milioni)							
Italia							
Europa	11.464	11.605	12.145	12.705	12.770	11,4	0,5
Americhe							
Asia e Oceania e altri	14.123	14.711	15.653	17.567	17.580	24,5	0,1
Totale	25.587	26.316	27.798	30.272	30.350	18,6	0,3
Italia in % del totale	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.		
Estero in % del totale	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.		
Europa (inclusa Italia) in % del totale	44,8	44,1	43,7	42,0	42,1		
Fatturato extra-europeo (in %)	55,2	55,9	56,3	58,0	57,9		

Fonte: R&S-Mediobanca