



MEDIOBANCA

LA MODA ITALIANA: RICAVI IN CRESCITA, MA MARGINI IN FRENATA

L'Area Studi Mediobanca presenta l'indagine annuale sul Settore Moda. Le aziende, che rappresentano il 4% del PIL, crescono (ricavi: +25,8% sul 2012 e +4,6% sul 2015). L'estero ha un ruolo sempre più determinante

Milano, 14 Febbraio 2018

L'Area Studi Mediobanca presenta l'indagine annuale sul Settore Moda in Italia dal 2012 ai primi nove mesi del 2017. In particolare, lo studio analizza le 146 maggiori aziende della moda con sede in Italia e con almeno €100 mln di fatturato nel 2016 (Aziende Moda Italia), con un focus sui 15 principali Gruppi Italiani a confronto anche con i Top15 Francesi

L'indagine completa è disponibile per il download sul sito www.mbres.it

Sistema Moda: la fotografia a livello globale (dati Bain & C. Fondazione Altgamma)

Nel 2016 il giro d'affari mondiale dei beni di lusso per la persona si attesta a **€250 mld**, un dato leggermente in calo sul 2015 (-0,4%), ma in crescita sul 2012 (+17,9%). Positive le stime per il 2017 (+5% sul 2016).

I mercati principali restano le **Americhe**, seppur in flessione (-2,4%), e l'**Europa**, ciascuno con €83 mld, ma l'area più dinamica è il **Giappone**, con €23 mld e +15% rispetto al 2015.

Se la **pelletteria** si conferma il comparto predominante, con €75 mld (+2,7%), corre la **cosmesi-profumeria** che con un +6% raggiunge €53 mld. Soffrono invece l'**abbigliamento** (€58 mld e -3,3%) e la **gioielleria** (€55 mld e -5,2%).

Chi sono i principali big spender del lusso? Al primo posto si confermano i **cinesi**, con una spesa nel 2016 di ben €75 mld (pari al 30% dei ricavi totali), seguiti dagli **americani** con €58 mld (23%) e dagli **europei** con €45 mld (18%).

Oltre la metà dei beni di lusso è ancora acquistata presso negozi monomarca (30%) e boutiques specializzate (22%), ma è l'**on-line** a crescere più velocemente: un giro d'affari che vale **€18 mld**, con una previsione di +24% nel 2017.

Ma se l'on-line sta prendendo sempre più spazio, lo **shopping turistico** si conferma una leva strategica per le aziende di tutto il mondo. L'**Europa** è il continente dove i turisti comprano di più; circa l'84% delle vendite tax-free è concentrato in soli cinque Paesi: Francia (22%), Regno Unito (20%), Italia (16%), Germania (15%) e Spagna (11%).

E per quanto riguarda l'Italia? I top spender sono i cinesi con il 29% dello shopping turistico, seguiti da russi (14%), americani (9%) e coreani (6%).

Media Relations

tel. +39-02-8829319/914

media.relations@mediobanca.it

Sistema Moda: la fotografia in Italia

Le aziende della moda crescono più della grande manifattura per ricavi, utili e forza lavoro. Ancora buoni i margini, seppur in flessione. Il 40% di esse è in mano straniera

Nel 2016 il giro d'affari delle **146 Aziende Moda Italia (con fatturato > €100 mln)** si attesta a **€66,1 mld** (+25,8% sul 2012 e +4,6% sul 2015), pari al 4% del PIL. Tra i settori si conferma predominante l'**abbigliamento**, seguito dalla **pellefteria**, ma il più dinamico è la **gioielleria** (55,7% sul 2012). Il fatturato estero, oltre a essere molto rilevante (64,4% del totale), è anche quello che è cresciuto maggiormente (+24,7%) sul 2012.

Le **Aziende Moda Italia manifattura (esclusa la distribuzione)** hanno cumulato nel periodo 2012-2016 quasi **€15 mld di profitti netti**, di cui €3,4 mld nel 2016 (best year), pur registrando una continua erosione dei margini industriali, con l'**ebit margin** che si attesta al 9,6% nel 2016, dal 10,9% del 2012. Non solo, si tratta di aziende con un'**elevata solidità finanziaria**, con i mezzi propri che superano di 3 volte l'indebitamento, e una liquidità di poco inferiore ai debiti finanziari (circa €9 mld, pari all'85% dei debiti finanziari).

I 15 maggiori Gruppi italiani (Top15 Moda Italia): crescita del fatturato "più contenuta" (+18,6% sul 2012 e +0,3% sul 2015), ma maggiore tasso di esportazione (84,1%). Paesi extra-europei mercati più rilevanti (57,9% delle vendite)

Le **Top15 Moda Italia** hanno un peso sempre più importante: valgono il 53% del fatturato aggregato delle **Aziende Moda Italia manifattura**, il 67% degli utili e il 63% della forza lavoro.

Nel 2016 il giro d'affari del **Top15 Moda Italia** è pari a **€30,3 mld**, con le esportazioni che - oltre ad aver un peso più rilevante - hanno anche registrato le migliori performance, soprattutto a livello extra-europeo (+24,5% sul 2012). Al primo posto per fatturato si conferma **Luxottica** con **€9,1 mld**, quasi tre volte più grande di **Prada** (seconda con €3,2 mld). Ma a crescere maggiormente nel periodo 2012-2016 è **Valentino (+155,6%)**, seguita da **Moncler (+66,8%)** e **Calzedonia (+41,6%)**.

E sul fronte occupazionale? Anche 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).

L'**ebit margin** si riduce anche per le **Top15**, calando dal 14% nel 2012 all'11,6% nel 2016. Sul podio salgono **Moncler** con il 28,6%, seguito da **Ferragamo** (18,4%) e **Luxottica** (15,1%).

Le **Top15** hanno cumulato nei cinque anni **profitti netti per oltre €10 mld** e distribuito dividendi per oltre **€5 mld**, ma il loro pay out medio (54,6%) è inferiore a quello della grande manifattura italiana (69,3%).

Infine le **Top15** sono molto **solide finanziariamente**, con debiti pari al 22,7% dei mezzi propri. A questo aspetto si aggiunge la **grande liquidità**, con **€6,4 mld** pari a 1,2 volte i debiti finanziari. La più solida risulta Armani, sostanzialmente senza debiti finanziari. Ed è sempre Armani a distinguersi come azienda più liquida in rapporto all'indebitamento.

Moda Italia vs Moda Francia

Nel confronto tra le **Top15** italiane e francesi, le aziende d'oltralpe **fatturano e crescono di più** e sono **più redditizie**, mentre le italiane risultano **più solide e molto più liquide**.

Il **giro d'affari** delle Top15 Moda Francia è pari a €76,9 mld, oltre il **doppio** di quello delle Top15 Moda Italia, ma è **più concentrato**: il Gruppo LVMH (€37,6 mld) vale da solo circa la metà del giro d'affari francese e più di tutto il Top15 Moda Italia.

Dal 2012 al 2016 i ricavi delle 15 big francesi (+24,4%) sono aumentati maggiormente **rispetto alle Top15 Italia** (+18,6%). Anche sui margini industriali, seppur in un quadro comune di flessione, la **moda italiana risulta meno redditizia** di quella francese: l'**ebit margin** nel 2016 delle Top15 Francia è del 17,2% contro l'11,6% delle big italiane.

Al contrario, le italiane sono più **solide** (debiti finanziari pari al 22,7% dei mezzi propri contro il 35,5% delle francesi) e soprattutto più liquide (120% di liquidità sull'indebitamento contro il 51,2% delle francesi).