

FOCUS MODA: PER IL MADE IN ITALY UNA SFILATA DI SUCCESSI

*Un terzo dei colossi della moda in Europa è italiano, ma i gruppi francesi hanno dimensioni maggiori
Fatturato in continuo rialzo, redditività in lieve calo
In Italia le Top15 per giro d'affari sono più redditizie e solide
ma le inseguitrici crescono a ritmi più elevati*

Milano, 13 febbraio 2019

L'**Area Studi Mediobanca** presenta la nuova edizione del Focus Moda in cui vengono analizzate le dinamiche delle **163 Aziende Moda Italia** con un fatturato superiore a €100 mln nel 2017 e dei **principali gruppi europei** del settore.

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

La moda in Italia: fatturato, occupazione e utili in continua crescita

Il 2017 ha confermato il trend di crescita del settore moda in Italia. Il **fatturato aggregato**, pari a **€70,4 mld**, evidenzia un buon incremento rispetto al 2013 (+28,9%), dovuto in buona parte alle ottime performance del 2015 (+9,9%) e del 2014 (+7%). Più contenuto ma sempre rilevante il ritmo di crescita nell'ultimo anno (+4,5%). Il settore ha un impatto crescente sul nostro paese: nel 2017 ha rappresentato infatti l'**1,3% del Pil nazionale**, contro l'1,1% del 2013. Tra i comparti domina l'**abbigliamento**, che totalizza il 40,5% dei ricavi totali, seguito dalla **pelletteria** (20,9%) e dall'**occhialeria** (16,2%).

La **gioielleria** spicca, invece, per **crescita media annua delle vendite nel 2013-2017**, segnando un +13,3% che supera il +11% della **distribuzione** e il +6,3% del **tessile**. Complessivamente le Aziende Moda Italia hanno visto crescere le proprie vendite annuali mediamente del **+6,6% nel 2013-2017**, nonostante il lieve calo della redditività (l'ebit margin è passato dal 9,6% del 2013 all'8,9% del 2017).

Il **fatturato estero**, sempre più determinante nei bilanci delle aziende analizzate, si attesta nel 2017 al **63% delle vendite totali** (+22,9% sul 2013), quota superiore a quella registrata dalle principali società manifatturiere italiane (56,7%). A livello settoriale risultano più orientati ai mercati esteri l'**occhialeria** (89,8%), il **tessile** (72,5%) e la **pelletteria** (66,1%).

Le ottime performance del settore moda sia in Italia che all'estero hanno trainato la **forza lavoro** che nel 2017, grazie ai 59,8mila nuovi dipendenti (+19,7% sul 2013 e +4% sul 2016), può contare su quasi 363mila occupati. **Distribuzione** (+26,8%, +8mila unità), **pelletteria** (+26,7%, +11mila unità) e **abbigliamento** (+22,4%, +28mila unità) i comparti che hanno espanso maggiormente i propri organici.

Capitolo **utili**: le Aziende Moda Italia hanno messo a segno un incremento dell'incidenza dell'**utile netto** sul fatturato, che ha superato il 4,2% del 2013 fino ad arrivare al **5,3%** del 2017, grazie anche alla diminuzione del carico fiscale (tax rate passato dal 41% del 2013 al 25,1% del 2017). A livello generale, i **profitti netti cumulati** nel 2013-2017 dalle Aziende Moda Italia sono stati pari a €15,8 mld, in costante progressione nei cinque anni in esame. Il 2017 ha fatto registrare la cifra record di €3,8 mld, con **utili netti medi giornalieri per azienda** pari a €63mila (erano €38mila nel 2013).

La **bassa incidenza del debito finanziario** sui mezzi propri (33,7% nel 2017) rende le imprese italiane del settore moda molto solide, con **abbigliamento** e **pelletteria** che fanno segnare gli indicatori migliori (rispettivamente 28,9% e 34,3%). Gli stessi comparti si distinguono anche per liquidità: il rapporto tra disponibilità e debiti finanziari è pari al 125,2% per l'**abbigliamento** (sopra la media di 86,2% dell'intero sistema moda) e all'85,2% per la **pelletteria**.

Le Top15 e le inseguitrici: segnali di rimonta?

Delle 163 Aziende Moda Italia, 15 hanno un fatturato superiore a €900 mln e rientrano nell'analisi dedicata alle grandi imprese europee della moda. Il confronto tra le **Top15** e le restanti **148 aziende** italiane evidenzia spunti interessanti. In generale, le Top15 sfruttano il proprio vantaggio competitivo sulle altre società, distinguendosi per **redditività** (ebit margin all'11,6% contro il 6,8% delle altre aziende) e **liquidità** (l'incidenza della liquidità sull'indebitamento finanziario è del 139,8% per le Top15 contro il 52,2% delle altre). Le 148 società "follower" rispondono con una maggiore **crescita media annua dei ricavi nel 2013-2017** (+9,5% contro il +3,5% delle Top15).

Inoltre le Top15, che nel 2013 godevano di una **fortissima concentrazione dei profitti** (avevano generato il 77,7% dei profitti aggregati), hanno perso parte di questo strapotere. Nel 2017 la quota dei **profitti aggregati** si è ridotta fino al 56,2%, portando a una sostanziale equi-distribuzione degli utili netti tra aziende leader e follower.

I dati relativi all'**affidabilità creditizia** dimostrano come la disparità fra le aziende del sistema moda Italia sia in affievolimento. Tra il 2013 e il 2017 è diminuita del 32% la quota di aziende fragili e aumentata del 15% quella delle imprese *investment grade*. Anche la probabilità di fallimento delle imprese fragili è diminuita (-20%), mentre quella delle imprese *investment grade* è aumentata del 12%. In altre parole, le aziende solide appaiono un po' meno solide e le rischiose un po' meno rischiose, delineando un quadro più omogeneo.

Le Aziende Moda in Europa

Nel periodo 2013-2017, i 43 principali gruppi europei della moda hanno registrato **ricavi aggregati** per €226,2 mld (+33% sul 2013). Nonostante l'**Italia** con le sue big 15 sia il paese più rappresentato a livello numerico (oltre un terzo del totale), è la **Francia**, con il 30,3% del fatturato aggregato, ad aggiudicarsi il primato per giro d'affari (favorita anche dal formidabile apporto dei marchi italiani acquistati dai colossi francesi). Sul podio anche **Italia** (13,4%) e **Spagna** (13%), entrambe doppiate dalla **Francia**.

Tra i gruppi principali, il gigante francese **LVMH**, con 70 marchi in cinque diversi comparti, si conferma leader assoluto per dimensioni (con un fatturato pari a €42,6 mld). Inseguono a grande distanza il gruppo spagnolo **Inditex** che controlla Zara (€25,3 mld), il tedesco **Adidas** (€21,2 mld), lo svedese **H&M** (€20,3 mld) e l'altro francese **Kering**, proprietario, fra gli altri, di Gucci e Bottega Veneta (€15,5 mld). **Luxottica** (€9,2 mld), primo tra gli operatori italiani, si posiziona al settimo posto, mentre il gruppo **Prada** (€3,1 mld) è quattordicesimo. La **crescita media annua del fatturato** nel 2013-2017 fa sorridere le aziende italiane: **Valentino** (+22,2%) e **Moncler** (+19,7%) sono rispettivamente seconda e quarta nella classifica dominata dalla danese **Pandora** (+26,1%). Al terzo posto si inserisce la francese **SMCP** (+21,5%).

L'Europa ha realizzato un **tasso medio annuo di incremento del fatturato** del 7,4% nel 2013-2017. In questo contesto spiccano **Danimarca** (+13,6%) e **Spagna** (+10,1%), le uniche ad

andare in doppia cifra. Sotto la media europea, invece, **Regno Unito** (+5%) e **Italia** (+3,5%). In calo la **redditività**, con l'**ebit margin** europeo che si attesta a quota 15,3% nel 2017 (era al 17% nel 2013). Anche qui sono i gruppi **danesi** (22,6% nel 2017) a dominare la classifica, seguiti stavolta dalle compagnie **francesi** (19,6%). Gli operatori **italiani** (11,6%) sono costretti a inseguire, rimanendo però davanti agli ultimi in graduatoria, i **tedeschi** (10%).

Un aspetto distintivo anche dei maggiori gruppi europei della moda è la loro **proiezione internazionale**. Nel 2017 in media l'85,2% delle vendite è realizzato al di fuori del paese di origine. I **francesi**, con l'87,7%, sono davanti a **tedeschi** (83,6%) e **spagnoli** (82,3%). L'**Italia**, col suo 78,3%, dimostra di avere un export con all'orizzonte buoni margini di sviluppo globale. Abbondantemente sotto la media le aziende britanniche (52,8%), influenzate dalla presenza di gruppi come **Arcadia** e **New Look** che operano in buona parte sul mercato domestico.

A livello europeo il settore sfiora, infine, il milione di **occupati**. Nel 2017 i 43 operatori europei hanno dato lavoro a quasi **990mila persone** (+190mila unità sul 2013). I gruppi **italiani** si mettono in luce per aver incrementato la **forza lavoro** di oltre 30mila unità, secondi soltanto agli **spagnoli** che hanno ampliato il proprio organico di 48mila unità (riferibili in gran parte al gruppo **Inditex**, +44,7mila unità), ma davanti ai francesi (+20,3mila unità).

Media Relations

tel. +39-02-8829 914/319

media.relations@mediobanca.com