Logo Pambianco

Grazie ad alcune circostanze favorevoli – la ripresa dei flussi turistici in Europa, il deprezzamento dell'euro nei confronti del dollaro, la caduta del prezzo del petrolio – il 2014 è stato un buon anno per i top brand della moda. A fotografare la situazione ha provveduto **Pambianco Strategie di Impresa** col suo studio periodico sui bilanci dei principali gruppi italiani e stranieri.

Da esso emerge che, in complesso, il settore della moda in Italia è cresciuto del 4,9% toccando i 33,05 miliardi di euro, con un tasso di incremento leggermente superiore al 2013, quando il fatturato era aumentato del 3,8%.

Luxottica si conferma al primo posto con 7,699 miliardi di ricavi, in aumento del 5,3%, seguita gruppo **Prada** con 3,552 miliardi, in calo dell'1,%. Va precisato però che non è del tutto congruo confrontare direttamente il colosso di Leonardo Del Vecchio, iperspecializzato nell'occhialeria, con il gruppo guidato da Miuccia Prada e Patrizio Bertelli, il cui *core business* è rappresentato da accessori e abbigliamento (grazie ai quattro marchi del portafoglio: Prada, Miu Miu, Church's e Car Shoe). Al terzo posto si attesta **Gucci** (considerando il solo marchio della doppia G) con 3,497 miliardi di fatturato, in discesa dell'1,8%. In termini di tassi di crescita si sono distinti, nell'ordine, Valentino FG (20,3%), Moncler (19,6%) e Versace (16,9%).

Per quanto concerne la redditività, Pambianco ha evidenziato che i risultati più brillanti sono stati quelli di **Bottega Veneta** con un margine ebitda al 34,4%, **Gucci** con il 34,3% e **Moncler** con il 33,5%.

Anche i risultati di fatturato dei gruppi esteri presi in esame sono apparsi simili a quelli registrati dagli italiani, aumentando complessivamente del 5,7% e passando da 133.678 a 141.357 mln di euro. Sul podio sono saliti rispettivamente H&M (+17,8%), Hermès (9,7%) e Mango (9,3%). Tra le holding straniere con i risultati più brillanti si sono imposte **Swatch** con un ebitda del 24,2%, seguita da **LVMH** (23,9% sul fatturato) e **Hugo Boss** (23%).

Per il 2015 si prevede, per i gruppi considerati nello studio Pambianco, una crescita del fatturato di appena 3-4% ed una redditività in calo probabilmente di 1-2 punti percentuali.

Si può concludere, pertanto, che la nostra moda è di sana e robusta costituzione, se guardiamo ai big. In effetti, con un ottimo posizionamento competitivo, una naturale vocazione all'export e una buona capacità di resistenza alla crisi, le società del Made in Italy si confermano essere ancora una volta uno dei più importanti motori di crescita del Paese, contribuendo positivamente al saldo commerciale nazionale e continuando a realizzare importanti piani di investimento a beneficio dell'intera filiera di produzione. Tuttavia la competizione su scala globale, lo sviluppo di nuovi canali di vendita, il consolidamento dei brand e le importanti campagne di comunicazione richiedono sempre più strutture finanziarie solide e organizzazioni aziendali manageriali. Per questo motivo, un numero crescente di realtà settoriali guardano a Piazza Affari per trovare nella quotazione in Borsa un importante strumento di finanziamento, capace di sostenere un vero e proprio salto dimensionale e di agevolare il passaggio generazionale, oltre che di supportare la visibilità e

l'internazionalizzazione delle imprese.

Il tradizionale appuntamento annuale con la ricerca Pambianco rappresenta quindi un importante spunto di riflessione per tutte quelle imprese che, dovendo competere su scala planetaria, sono impegnate nella valorizzazione della creatività e dell'elevata qualità dei propri prodotti e necessitano degli strumenti finanziari, organizzativi e di *governance* opportuni per affrontare l'importante sfida della globalizzazione.

In proposito, **Raffaele Jerusalmi**, Amministratore Delegato della Borsa Italiana, ha spiegato: "Grazie ad un'ampia base di investitori internazionali, Borsa Italiana garantisce l'accesso alle più importanti case di investimento globali che da oltre 40 Paesi guardano ai titoli quotati sul nostro mercato in cerca di opportunità di investimento. Le recenti operazioni di quotazione di Salvatore Ferragamo, Brunello Cucinelli, Italia Independent Group e Moncler dimostrano come la creatività e la passione tipica dei brand italiani siano premiati dai mercati finanziari, pur in presenza di condizioni di incertezza macroeconomica e testimoniano il ruolo sempre più imponente della piazza milanese non solo in ambito industriale, ma anche finanziario. Oltre all'accesso al mercato dei capitali, Borsa Italiana mette a disposizione delle aziende non ancora pronte a confrontarsi con i mercati finanziari, il programma ELITE. Si tratta di una piattaforma unica di servizi integrati che offre alle società aderenti le competenze industriali, finanziarie e organizzative necessarie per vincere le sfide di mercati sempre più globali. ELITE aiuta le imprese a tracciare la propria rotta verso la crescita e l'internazionalizzazione, affiancandole in un processo unico di cambiamento culturale e organizzativo che le avvicina ai mercati di capitali e ne migliora i rapporti col sistema bancario e imprenditoriale".